

## MEDIA SOSIAL DAN POLA PERILAKU KOMUNIKASI SISWA SMA NEGERI 1 MAKASSAR

**Febi Ramadhani Rusdin<sup>1</sup>, Abdul Gafar<sup>2</sup>, Mursalim<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>*Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin*

### **Abstract**

*The Purposes of this study, (1) To determine communication behavior of students in High School 1 Makassar in using social media. (2) To determine the relationship between individual characteristic and communication behavior in using social media. This study is study about communication behavior of students in High School 1 Makassar in using media social. This study is quantitative and descriptive study by distributing questionnaires to 93 respondents. That obtained by using Slovin technique sampling formula, then all data that collected were statistically analyzed using SPSS 18 program, and using Chi Square correlation analysis with support by a simple frequency table and explained descriptively. The results showed that the communication behavior of students in High School 1 Makassar in using social media as very often, where the accumulated frequency of use per day and the average length of time of use, include a chat with friends, groups on social media, online shopping, and share information. Their main goal is to when using social media is for school needs such as asking about homework, or sharing exam answers. This study also found closely associated with the category of very high between the economic status of families with students' communication behavior in using social media. Where as for gender, and the purpose of using social media does not have a relationship with the communication behavior of students in using social media.*

**Keywords:** *Content Analysis; Objectivity; Local Newspaper*

### **Abstrak**

*Tujuan studi ini adalah: (1) untuk mengetahui perilaku komunikasi siswa siswi SMA Negeri 1 Makassar dalam menggunakan media sosial (2) untuk mengetahui ada tidak-Nya hubungan antara karakteristik individu siswa dengan perilaku komunikasi siswa SMA Negeri 1 Makassar dalam menggunakan media sosial. Studi ini merupakan studi perilaku komunikasi siswa SMA Negeri 1 Makassar dalam menggunakan media sosial. Studi ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan membagikan kuesioner ke 93 responden. Penentuan 93 responden tersebut dilakukan dengan teknik penarikan sampel berstrata proporsional menggunakan rumus Slovin, kemudian data yang diperoleh dianalisis secara statistic menggunakan program Komputer SPSS 18, lalu data dianalisis menggunakan analisa korelasi Chi Square dengan dukungan tabel frekuensi sederhana kemudian di jabarkan secara deskriptif. Hasil studi menunjukkan bahwa perilaku komunikasi siswa SMA Negeri 1 Makassar dalam menggunakan media sosial tergolong sangat sering berkomunikasi menggunakan media sosial, dimana akumulasi frekuensi penggunaan setiap hari dan lama rata-rata waktu penggunaan, mencakup chatting dengan teman, group di media sosial, berbelanja online, membagikan informasi di media sosial. Tujuan utama mereka menggunakan media sosial ialah untuk kebutuhan sekolah seperti bertanya tentang homework, ataupun berbagi jawaban ujian. Studi ini juga menemukan ada kaitan erat dengan kategori sangat tinggi antara status ekonomi keluarga dengan perilaku komunikasi siswa menggunakan media sosial. Sedangkan untuk jenis kelamin, dan tujuan menggunakan media sosial tidak memiliki hubungan dengan perilaku komunika siswa menggunakan media sosial.*

**Keywords:** *Analisis Isi; Objektivitas; Koran Local*

## **PENDAHULUAN**

Internet juga bisa dikatakan sebagai alat bantu manusia untuk berkomunikasi secara tidak langsung. Manusia modern di zaman sekarang lebih sering menggunakan internet sebagai alat komunikasi untuk berinteraksi secara tidak langsung kepada

manusia lainnya. Mereka tidak memerlukan waktu serta tempat untuk dapat berinteraksi satu sama lainnya. Dengan adanya internet, maka mulailah muncul juga berbagai media sosial yang kini menjamur di kalangan manusia

modern dan sangat populer. Karena banyak sekali manusia zaman sekarang yang ikut hanyut dalam penggunaan media sosial tersebut. Tidak terkecuali, semua lapisan manusia kini menggunakan media sosial sebagai salah satu bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Menurut *dailysocial* (2012) sebuah portal teknologi dan gaya hidup modern, perkembangan internet sampai hari ini membawa Indonesia berada pada peringkat teratas dalam penggunaan internet untuk sosial media, termasuk forum dan blog. Sebanyak 83% pengguna internet Indonesia mengunjungi sosial networking site saat online. Di sisi lain *We Are Social*, sebuah agensi marketing sosial melaporkan bahwa pengguna aktif internet di Indonesia sebanyak 72,7 juta pengguna. Seperti yang dinyatakan oleh harian Kompas (2009), pertumbuhan pesat pengguna Internet pada remaja disebabkan karena para remaja mempunyai waktu luang yang lebih banyak dibanding para pekerja, dan menjamurnya warnet dapat memfasilitasi masyarakat yang tidak mempunyai internet di rumah. Dari pernyataan yang disebutkan jelas terlihat bahwa remaja cenderung lebih gemar menggunakan sosial media.

Data yang dikeluarkan juga oleh UNICEF (2014) bahwa, sembilan dari sepuluh anak dan remaja (89%) berkomunikasi secara online dengan teman – teman, sementara kelompok-kelompok yang lebih kecil juga berinteraksi dengan keluarga mereka (56 %) atau guru mereka (35%) melalui internet. Tentunya hal tersebut membuat adanya transisi perubahan komunikasi. Dikutip dari situs *bisnis.com* (2015) pengamat media sosial Anwar Abugaza menyatakan bahwa “Berdasarkan hasil pengamatan ada 380 ribu lebih atau 30% orang menggunakan

internet di Makassar dan Sulsel 1,5 juta orang, 70% nya menggunakan media sosial untuk berbagi informasi”. Karakteristik dari sebuah media sosial tersebut mengubah komunikasi secara kontak fisik, menjadi komunikasi tekstual. Adapun rumusan masalah studi ini adalah:

- a. Bagaimana perilaku komunikasi siswa SMA Negeri 1 Makassar dalam menggunakan media sosial.
- b. Apakah ada hubungan antara karakteristik siswa SMA Negeri 1 Makassar dalam menggunakan media sosial.

## **METODE**

### *Waktu dan Tempat Studi*

Untuk menunjang pembahasan dalam penulisan ini, penulis memusatkan pada obyek tertentu yaitu siswa SMA Negeri 1 Makassar. Studi ini memakan waktu kurang lebih 2 bulan yakni pada bulan februari hingga April 2016.

### *Tipe Studi*

Tipe studi yang digunakan adalah tipe studi survey dengan menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada sejumlah responden yang menjadi sample dalam studi ini. Pendekatan yang dilakukan ialah deskriptif kuantitatif dengan analisis secara statistik.

### *Teknik Pengumpulan data*

Data primer, yaitu data yang didapat melalui studi berdasarkan hasil di lapangan dengan cara menemui informan dengan dilakukan cara yaitu Observasi: melakukan pengamatan secara langsung pada objek studi dengan mengamati perilaku komunikasi siswa SMA Negeri 1 Makassar. Wawancara: penulis secara langsung mengajukan sejumlah pertanyaan kepada responden. Survei: penulis secara

langsung membagikan kuesioner yang telah berisi pertanyaan studi kepada responden untuk kemudian diisi.

Data sekunder, yaitu penulis melengkapi literatur literatur yang relevan dengan masalah yang dibahas dalam studi yang sedang dilakukan untuk memperoleh informasi yang akurat serta dapat objektif.

**Populasi dan Sample**

Tabel 1 Data Siswa SMAN 1 Makassar Populasi dalam studi ini adalah siswa kelas X, XI dan XII SMA Negeri 1 Makassar yang menggunakan media sosial, karena populasi memiliki peluang untuk dijadikan sebagai sample.

Kelas	Populasi	Sampel
X	477	34
XI	446	32
XII	383	27
<b>Jumlah</b>	<b>1.306</b>	<b>93</b>

Untuk penarikan sample dalam studi ini digunakan teknik penarikan sample berstrata proportional. Sehingga jumlah sampel dalam studi ini ditentukan dengan menggunakan teori Slovin. Menurut kriyanto (2006:164) teori Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sample dari populasi yang diketahui jumlahnya. Dengan menggunakan formulasi rumus yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolerir (10%).

Sehingga jumlah sample adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1306}{1+1306(0,10)^2}$$

$$n = \frac{1306}{14,06}$$

$$n = 92,88762$$

$$n = 93$$

Jumlah sampel keseluruhan adalah 93.

Sedangkan untuk menentukan setiap populasi siswa berdasarkan kelasnya yaitu kelas X, XI, XII diambil menggunakan alokasi proportional. Dalam prasetyo (2010:13) perhitungan jumlah sample setiap strata dapat di hitung dengan rumus:

$$\text{sampel} = \frac{\text{populasi}}{\text{total populasi}} \times \text{total sampel}$$

Jumlah sample:

$$X = \frac{477}{1306} \times 93$$

$$= 33,96732$$

$$= 34$$

$$XI = \frac{446}{1306} \times 93$$

$$= 31,7595$$

$$= 32$$

$$XII = \frac{383}{1306} \times 93$$

$$= 27,27318$$

$$= 27$$

*Teknik Analisis Data*

Data yang diperoleh dari hasil survey penyebaran kuesioner di lapangan, dianalisis secara statistik dengan analisa korelasi Chi square. Untuk mempermudah dalam melakukan analisis digunakan program SPSS, serta dukungan table frekuensi sederhana yang kemudian dijabarkan secara deskriptif.

**HASIL**

*Jenis Kelamin*

Tabel 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

n = 93

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	29	31,2
Perempuan	64	68,8
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Data primer diolah dari kuesioner 2016*

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam studi ini kebanyakan siswa perempuan, daripada siswa laki-laki. Siswa perempuan yaitu 68,8%, sedangkan siswa laki-laki sebanyak 31,2%.

*Kelas*

Tabel 2 Distribusi Responden Berdasarkan Kelas

n = 93

Kelas	Frekuensi	Persentase (%)
X	35	37,6
XI	32	34,4
XII	26	28,0
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Data primer diolah dari kuesioner 2016*

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden siswa kelas X lebih banyak yaitu 35 orang (37,6%), dikarenakan memang jumlah populasi siswa kelas X lebih besar dari pada siswa kelas XI yaitu 32 orang (34,4%), dan juga siswa kelas XII sebesar 26 orang (28,0%).

*Usia*

Tabel 3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

n = 93

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
15	22	23,7
16	32	34,4
17	39	41,9
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100,0</b>

Tabel di atas menunjukkan kebanyakan siswa yang terjaring dalam studi ini adalah usia 17 tahun, yaitu sebesar 39 orang (41,9%). Sedangkan untuk usia 16 tahun 32 orang (34,4%), dan usia 15 Tahun sebanyak 22 orang (23,7%). Memang untuk usia 15 tahun di tempati oleh siswa di kelas X, walaupun ada beberapa siswa yang umurnya 15 tahun tetapi dia sudah duduk di kelas XI. Begitu pula umur 16 tahun yang di tempati oleh siswa kelas XI, sedangkan untuk responden yang berumur 17 tahun, memang jumlahnya sangat banyak, karena ada beberapa siswa yang berumur 17 tahun yang seharusnya duduk di kelas XII tetapi masih berada di kelas XI.

*Pendapatan Orang Tua*

Tabel 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Orang Tua

n = 93

Pendidikan Orang Tua	Frekuensi	Persentasi (%)
Diploma	2	2,2
Sarjana	74	79,6
SMA	17	18,3
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Data primer diolah dari kuesioner 2016*

Tabel di atas menunjukkan sebanyak 2 orang (2,2%) berada di tingkat pendidikan diploma, lalu sebanyak 74 orang (79,6%) berada di tingkat pendidikan sarjana sedangkan untuk tingkat pendidikan di SMA sebanyak 17 orang (18,3%).

*Pekerjaan Orang Tua*

Tabel 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua

n = 93

Pekerjaan Orang Tua	Frekuensi	Persentase (%)
Ibu rumah tangga	6	6,5
PNS/POLRI/TNI	28	30,1
Pedagang/pengusaha	37	39,8
Professional(pengacara,dokter,akuntan)	14	15,1
Politisi(DPR,DPRRI, DPRD,WALIKOTA, BUPATI,GUBERNUR)	8	8,6
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100,0</b>

Untuk tabel distribusi responden berdasarkan pekerjaan orang tua sudah jelas dilihat bahwa, pekerjaan terbanyak ialah pedagang/pengusaha yaitu sebanyak 37 orang (39,8%), lalu PNS/POLRI/TNI sebanyak 28 orang (30,1), disusul dengan professional yang berjumlah 14 orang (15,1%), sedangkan politisi hanya 8 orang (8,6%), dan juga ibu rumah tangga yang hanya 6 orang (6,5%).

*Jumlah Pendapatan Orang Tua*

Tabel 6 Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Orang Tua

n = 93

Jumlah Pendapatan Orang Tua	Frekuensi	Persentase (%)
< 1.000.000	1	1,1
1.000.000 - 1.500.000	3	3,2
1.500.001 - 2.000.000	3	3,2
2.000.001 – 2.500.000	5	5,4

2.500.001 – 3.000.000	11	11,8
> 3.000.000	70	75,3
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100,0</b>

Untuk responden dengan jumlah pendapatan <1.000.000 hanya 1 orang (1,1%), untuk jumlah pendapatan 1.000.000-1.500.000 sebanyak 3 orang (3,2%), lalu jumlah pendapatan 1.500.001-2.000.000 sebanyak 3 orang (3,2%), jumlah pendapatan 2.000.001-2.500.000 sebanyak 5 orang (5,4%), lalu 2.500.001-3.000.000 sebanyak 11 orang (11,8%), dan untuk jumlah pendapatan > 3.000.000 sebanyak 70 orang (75,3%).

*Frekuensi penggunaan media sosial dalam seminggu*

Tabel 7 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Media Sosial dalam seminggu

n = 93

Penggunaan Media Sosial dalam Seminggu	Frekuensi	Persentase (%)
1kali	2	2,2
2-3kali	5	5,4
3-4kali	4	4,3
>4kali	82	88,2
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Data primer diolah dari kuesioner 2016*

Untuk tabel frekuensi penggunaan media sosial dalam seminggu, terlihat bahwa 82 (88,2%) orang responden memilih opsi > 4 kali seminggu penggunaan media sosial. Lalu 4 orang (4,3%) responden memilih 3-4 kali dalam seminggu, sedangkan 5 orang responden (5,4%) memilih opsi 2-3 kali dalam seminggu. Dan hanya 2 orang (2,2) yang memilih opsi 1 kali seminggu saja.

*Durasi penggunaan media sosial dalam sehari*

Tabel 8 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan media sosial dalam sehari

n = 93

Penggunaan Media Sosial dalam Sehari	Frekuensi	Persentase (%)
<30menit	11	43,0
31-60menit	19	11,8
61-90menit	12	12,9
91-120menit	11	11,8
>120menit	40	43,0
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Data primer diolah dari kuesioner 2016

Pada tabel Durasi penggunaan media sosial dalam sehari menyatakan bahwa ada masing-masing 11 (43,0%) orang responden memilih opsi 1 dan 4 yaitu <30 menit untuk opsi 1 dan untuk opsi nomor 4 yaitu 91-120 menit. Lalu ada 19 orang (11,8%) responden memilih opsi nomor 2 yaitu 31-60 menit. Sedangkan untuk opsi nomor 3 terlihat 12 orang (12,9%) responden memilih opsi tersebut yaitu 61-90 menit. Dan responden terbanyak yang menjawab opsi nomor 5 yaitu >120 menit adalah 40 orang (43,0%) responden.

*Tujuan Menggunakan Media Sosial*

Tabel 9 Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan

Media sosial

n = 93

Tujuan Menggunakan Media Sosial	Frekuensi	Persentase (%)
Kebutuhan sekolah	46	49,5
Menghubungi	25	26,9

teman		
Menghubungi orang tua	2	2,2
Mengikuti trend	20	21,5
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Data primer diolah dari kuesioner 2016

Pada tabel distribusi responden Berdasarkan tujuan menggunakan media sosial, responden terbanyak yaitu 46 orang (49,5%) responden memilih opsi nomor 1 yaitu kebutuhan sekolah. Sedangkan untuk 25 orang (26,9) responden memilih opsi nomor 2 yaitu menghubungi teman. Selanjutnya untuk responden yang memilih jawaban nomor 3 yaitu menghubungi orang tua hanya 2 orang (2,2%) responden saja. Dan untuk opsi jawaban nomor 4 yaitu mengikuti trend hanya ada 4 orang (21,5%) responden saja.

*Fasilitas Media Sosial Yang dimanfaatkan*

Tabel 10 Distribusi Responden

Berdasarkan Fasilitas media sosial yang dimanfaatkan

n = 93

Fasilitas yang di manfaatkan	Frekuensi	Persentase (%)
Update status	6	6,5
Chatting	48	51,6
Belanja online	7	7,5
Berbagi informasi	32	34,4
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Data primer diolah dari kuesioner 2016

Tabel distribusi responden berdasarkan fasilitas media sosial yang dimanfaatkan ada 6 (6,5%) orang responden memilih untuk update status, lalu 48 (51,6%) orang responden memilih jawaban untuk

chatting. Sedangkan 7 orang (7,5%) responden memilih untuk berbelanja online. Dan 32 orang (34,4%) responden memilih opsi nomor 4 yaitu berbagi informasi.

*Pasangan Berkomunikasi di Media Sosial*

Tabel 11 Distribusi Responden

Berdasarkan Pasangan berkomunikasi di media sosial

n = 93

Pasangan Berkomunikasi di Media Sosial	Frekuensi	Persentase (%)
Teman	75	80,6
Keluarga	18	19,4
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Data primer diolah dari kuesioner 2016

Pada tabel distribusi responden berdasarkan pasangan berkomunikasi di media sosial yaitu, ada 75 orang (80,6%) responden memilih jawaban pasangan berkomunikasi dengan teman. Dan 18 orang (19,4%) responden memilih jawaban keluarga.

Setelah mendapatkan gambaran umum mengenai perilaku komunikasi siswa SMA Negeri 1 Makassar, pembahasan selanjutnya ialah untuk melihat dan mencari hubungan antara karakteristik responden seperti jenis kelamin, serta jumlah pendapatan orang tua, dan tujuan menggunakan media sosial di telephone genggam/handphone dengan perilaku komunikasi siswa.

Hubungan tersebut akan dikaitkan melalui 2 variabel yaitu : variable bebas (X) dan variable terikat (Y). Variabel bebas (X) seperti jenis kelamin, jumlah pendapatan orang tua, dan tujuan menggunakan media sosial di telephone

genggam/handphone. Serta untuk variabel terikat (Y) yaitu perilaku komunikasi siswa SMA Negeri 1 Makassar dalam menggunakan media sosial di telephone genggam/handphone. Hubungan ke dua variabel tersebut akan di ukur dengan skala sangat sering, sering, jarang, atau tidak pernah. Sementara untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan orang tua, serta jumlah pendapatan orang tua, dan tujuan menggunakan media sosial di telephone genggam/handphone, dengan variabel terikat (Y) yaitu perilaku komunikasi siswa memiliki hubungan, maka penulis akan menguji kedua variabel tersebut dengan menggunakan rumus Chi Square ( $\lambda^2$ ), yaitu :

$$\lambda^2 = \sum \frac{(Fo - Fe)^2}{Fe}$$

Keterangan:

$\lambda^2$  = jumlah sample yang di observasi

Fo = Frekuensi yang diperoleh

Fe = Frekuensi yang diharapkan

Untuk menghitung  $\lambda^2$  tabel, dapat kita dilihat pada tabel statistic Chi Square, dengan menghitung nilai df nya terlebih dahulu.

$$df = (b - 1) \times (k - 1)$$

keterangan:

df = derajat kebebasan (differensial)

b = baris

k = kolom

p = 5% (0,05)

Untuk menghitung koefisien korelasi penulis menggunakan rumus Pearson's C (kriyanto.2007:176).

$$C = \sqrt{\frac{\lambda^2}{N + \lambda^2}}$$

keterangan:

C = koefisien korelasi *contingency*

$\lambda^2$  = nilai chi - square

N = besar sample

Apabila nilai  $\lambda^2$  perhitungan dan derajat kebebasan telah diketahui, maka akan dilakukan pengujian signifikansi harga chi-kuadrat ( $\lambda^2$ ), yaitu dengan mengkonsultasikan nilai tersebut dengan tabel chi-kuadrat atas dasar tariff signifikansi (tingkat kesalahan) 5% (0,05) (Kriyanto.2006:193).Ketentuan yang digunakan adalah apabila  $\chi^2_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $\chi^2_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan apabila  $\chi^2_{hitung}$  lebih kecil dari  $\chi^2_{tabel}$  maka  $H_o$  diterima (Riduwan.2011:71).

Lalu untuk korelasi Contingency C (Pearsons's C) digunakan untuk mengukur kuat tidaknya hubungan antar variabel.Untuk nilai C sendiri berkisar antara nol sampai 1, yang diukur dengan ada keterkaitan sangat kuat,ada keterkaitan kuat atau tinggi,dan ada keterkaitan tetapi lemah.Untuk melihat frekuensi keterkaitan tersebut, terlebih dahulu kita ketahui nilai C tersebut,dengan menggunakan rumus korelasi Contingency (C).Jika nilai C = 1 artinya ada keterkaitan yang sangat kuat, sedangkan untuk nilai  $C \geq 0,5$  maka dinyatakan ada keterkaitan cukup kuat atau tinggi, dan untuk nilai  $C < 0,5$  dinyatakan bahwa ada keterkaitan tetapi lemah.

*Hubungan antara jenis kelamin dengan perilaku komunikasi siswa*

Pertama akan disajikan tabel silang, sebagai berikut:

Tabel 12 Hubungan antara Jenis kelamin dengan perilaku komunikasi siswa dalam menggunakan media sosial

Perilaku Komunikasi	Jenis Kelamin		Total
	Laki-laki	Pere mpua n	
Sangat sering	25	57	82

menguaka n media sosial	(86,2)	(89,1)	(88,2)
Sering menggunakan media sosial	2 (6,9)	2 (3,1)	4 (4,3)
Jarang menggunakan media sosial	2 (6,9)	5 (7,8)	7 (7,5)
Tidak pernah menggunakan media sosial	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)
<b>Total</b>	<b>29 (100,0)</b>	<b>64 (100,0)</b>	<b>93 (100,0)</b>

Tabel 13 Perhitungan  $\lambda^2$

Fo	Fe	Fo-Fe	(Fo-Fe) <sup>2</sup>	$\frac{(Fo - Fe)^2}{2}$
25	25,57	-0,57	0,32	0,16
57	56,43	0,57	0,32	0,16
2	1,25	0,75	0,56	0,28
2	2,75	-0,75	0,56	0,28
2	2,18	-0,18	0,03	0,02
5	4,82	0,18	0,03	0,02
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
<b>Nilai Chi Square (<math>\lambda^2</math>)</b>				<b>0,92</b>

Dari hasil perhitungan dan gambaran tabel di atas diperoleh bahwa, nilai  $\lambda^2_{hitung}$  (Chi Square) ialah 0,92.Sedangkan untuk nilai  $\lambda^2_{tabel}$  (Chi Square) ialah 5,99.Sehingga  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, artinya tidak ada hubungan antara jenis kelamin dengan perilaku komunikasi siswa dalam menggunakan media sosial. Karena nilai  $\lambda^2_{hitung}$  (Chi Square) lebih kecil dibanding dengan nilai  $\lambda^2_{tabel}$  (Chi Square).



Selanjutnya akan dilakukan penghitung nilai untuk Koefisien korelasi contingency (C) dengan rumus *Pearson's C*, yaitu:

$$C = \sqrt{\frac{\lambda^2}{N + \lambda^2}}$$

$$= \sqrt{\frac{0,93}{93 + 0,93}}$$

$$= 0,1$$

Untuk nilai Korelasi Contigengency (C) pada tabel hubungan jenis kelamin responden dengan perilaku komunikasi menggunakan media sosial ialah 0,1 artinya ada hubungan keterkaitan dalam menggunakan media media sosial, hanya saja hubungan tersebut dinyatakan dengan frekuensi keterkaitan lemah.

*Hubungan antara usia responden dengan perilaku komunikasi dalam menggunakan media sosial*

Tabel 14 Hubungan antara usia responden dengan perilaku komunikasi dalam menggunakan media sosial

Perilaku Komunikasi	Usia			Total
	15	16	17	
Sangat sering menggunakan media sosial	19 (86,4)	27 (84,4)	36 (92,3)	82 (88,1)
Sering menggunakan media sosial	1 (4,5)	1 (3,1)	2 (5,1)	4 (4,3)
Jarang menggunakan media sosial	2 (9,1)	4 (12,5)	1 (2,6)	7 (7,5)
Tidak pernah menggunakan media sosial	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>32</b>	<b>39</b>	<b>93</b>

Tabel 15 Perhitungan  $\lambda^2$

Fo	Fe	(Fo-Fe) <sup>2</sup>	$\frac{(Fo - Fe^2)}{Fe}$
19	19,40	0,16	0,01
27	28,22	1,48	0,05
36	34,39	2,60	0,08
1	0,95	0,00	0
1	1,38	0,14	0,10
2	1,68	0,10	0,06
2	1,66	0,12	0,07
4	2,41	2,53	1,18
1	2,94	3,37	1,15
0	0,00	0,00	0,00
0	0,00	0,00	0,00
0	0,00	0,00	0,00
<b>Nilai Chi Square (<math>\lambda^2</math>)</b>			<b>2,70</b>

Untuk tabel di atas yaitu hubungan antara usia siswa dengan prilaku komunikasi. Dapat kita lihat bahwa pada Chi Square hitungunya ialah 2,70 sedangkan untuk Chi Square tabelnya ialah 12,59. Ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara usia dan perilaku komunikasi. Karena nilai Chi Square hitung lebih kecil dari nilai Chi Square tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Selanjutnya akan dilakukan penghitung nilai untuk Koefisien korelasi contingency (C) dengan rumus *Pearson's C*, yaitu:

$$C = \sqrt{\frac{\lambda^2}{N + \lambda^2}}$$

$$= \sqrt{\frac{2,70}{93 + 2,70}}$$

$$= 0,2$$

Jadi untuk perhitungan nilai Koefisien korelasi contingency (C) pada hubungan antara umur atau usia siswa SMA Negeri 1 Makassar ialah 0,2. Artinya, untuk pengukuran keterkaitan hubungan antara umur dan perilaku komunikasi siswa menggunakan media sosial dinyatakan lemah. Ini disebabkan karena nilai C lebih kecil dari 0,5.



menggunakan media sosial yaitu, ada keterkaitan hubungan tetapi lemah. dikarenakan nilai C lebih kecil dari 0,5 maka dinyatakan ada keterkaitan hubungan atau keeratan hubungan yang nilai dengan frekuensi lemah.

#### b. Pembahasan

##### 1. Perilaku Komunikasi Siswa Sma Negeri 1 Makassar Dalam Menggunakan Media Sosial

Pada hasil studi ini menunjukkan bahwa perilaku komunikasi siswa Sma Negeri 1 Makassar dalam menggunakan media sosial masuk dalam kategori sangat tinggi, dimana intensitas para remaja siswa tersebut mencapai persentasi 88,2% yang dinyatakan sebagai sangat sering berkomunikasi menggunakan media sosial. Lalu untuk intensitas kategori sering berkomunikasi menggunakan media sosial ialah sebanyak 4,3%, dan untuk kategori jarang berkomunikasi menggunakan media sosial sebanyak 7,5%, sedangkan untuk kategori tidak pernah menggunakan media sosial 0%.

Berdasarkan studi yang telah dilakukan di lapangan bahwa, terdapat 51,6% siswa sma negeri 1 Makassar memilih dan lebih menyukai fasilitas chatting di media sosial, untuk fasilitas bergbagi informasi dipilih sebanyak 34,4%, lalu untuk fasilitas belanja online mencapai 7,5%, dan terakhir untuk fasilitas update status dipilih sebanyak 6,5% oleh para siswa Sma Negeri 1 Makassar.

Untuk waktu penggunaan media sosial banyak siswa menyukai waktu malam hari menggunakan media sosial yaitu sebanyak 31,2%, untuk pagi-siang-malam hari dipilih sebanyak 18,3%. Lalu untuk waktu pagi-siang-sore-malam sebanyak 15,1%, untuk siang hari sebanyak 7,5%, untuk waktu siang-malam sebanyak 9,7%, dan

untuk waktu penggunaan hanya sore-malam sebanyak 5,4%.

Dalam hal durasi penggunaan media sosial dalam studi ini, terdapat sebanyak 43,0% para siswa memilih durasi lebih lama yaitu > 120 menit setiap harinya. Untuk durasi penggunaan sebesar 31-60 menit di pilih oleh siswa dengan presentasi sebanyak 20,4%, dan untuk durasi waktu <30 menit dalam sehari sebanyak 11,8%. Selanjutnya untuk durasi waktu 31-60 menit dipilih sebanyak 20,4%. Terakhir untuk durasi waktu sebesar 61-90 menit dipilih sebanyak 12,9%.

Ternyata banyak dari para siswa yang mengaku menghabiskan biaya lebih dari Rp 50.000 setiap bulannya untuk penggunaan media sosial tersebut, ada sebanyak 81,7% . Untuk siswa yang mengaku menghabiskan biaya sebesar Rp 40.001-Rp 50.000 sebanyak 10,8%, tetapi ada juga yang memilih biaya lbh rendah yaitu Rp 30.001- Rp 40.000 sebanyak 2,6%, dan untuk 3,2% siswa memilih menghabiskan biaya sebanyak Rp 20.000 – Rp 30.000, sedangkan untuk siswa lainnya memilih mengeluarkan biaya sebesar kurang dari 20.000 untuk penggunaan media sosial sebanyak 2,6 % saja.

Seperti yang dikemukakan oleh Mc.Quail bahwa teori new media memiliki ciri-ciri, salah satunya ialah interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat. Ini tergambar dari banyaknya siswa yang ikut serta dalam studi ini juga memberikan hasil bahwa tujuan para siswa sma negeri 1 makassar menggunakan media sosial ialah paling banyak dipilih adalah untuk kebutuhan sekolah (bertanya mengenai pr, jawaban ulangan,tugas-tugas,dll ) sebanyak 49,5%. Lalu untuk tujuan menghubungi teman sebanyak 26,9%,sedangkan untuk menghubungi

orang tua hanya sebanyak 2,2% saja. Dan untuk tujuan mengikuti trend penggunaan media sosial dipilih sebanyak 21,5% siswa.

Sementara para siswa yang terjaring dalam studi ini banyak yang memilih lebih suka berkomunikasi di media sosial dengan teman mereka sendiri yaitu sebanyak 80,6%. Dan untuk berkomunikasi melalui media sosial dengan keluarga hanya 19,4% saja. Sedangkan untuk berkomunikasi dengan teman dengan cara face to face sebanyak 10,8% siswa memilih sekali seminggu, lalu 5,4% siswa memilih dua kali seminggu, untuk 6,5% siswa memilih tiga kali seminggu, selanjutnya 8,6% siswa memilih empat kali seminggu, dan 68,8% siswa memilih setiap hari. Ternyata para siswa tersebut banyak yang setiap hari berkomunikasi *face to face* dengan teman mereka, ini di sebabkan sebanyak 72,0% siswa melakukan komunikasi *face to face* dengan teman di sekolah, sehingga mereka dapat bertemu setiap hari, baik itu hanya bertegur sapa satu sama lain. sisanya ada yang memilih di rumah (9,7%), kafe (9,7%), dan mall (8,6%).

Para siswa Sma Negeri 1 Makassar ini juga memiliki group di setiap media sosial mereka. Dan dalam studi ini terdapat beberapa media sosial yang populer di kalangan siswa SMA Negeri 1 Makasar untuk mereka gunakan sebagai tempat untuk berkomunikasi dengan group/komunitas mereka. Untuk media sosial Line dipilih sebanyak 82,2% siswa sebagai media sosial group/komunitas mereka, lalu ada BBM sebanyak 12,9 % memilihnya. Untuk media sosial Facebook dan Whatsapp hanya masing-masing 2,2 %.

Mereka juga menyatakan mereka berkomunikasi secara face to face dengan

para anggota group/komunitas yang di media sosial mereka. Pada studi ini terdapat 52,7% siswa menyatakan bahwa 52,7% mereka bertemu setiap hari, dan untuk pertemuan yang hanya di lakukan sekali seminggu sebanyak 26,9%. Lokasi favourite mereka untuk bertemu dengan anggota komunitas/group masih di sekolah (52,7%), karena kebanyakan mereka memiliki group kelas, dan juga group ekstrakurikuler di sekolah. Dalam studi ini juga dinyatakan bahwa para siswa SMA Negeri 1 Makassar menyukai menggunakan medi sosial di rumah (64,5%, Untuk 30,1% memilih sekolah. Untuk kendaraan pribadi hanya 1,1% siswa, selanjutnya 4,3% memilih menggunakan di fasilitas umum seperti halte dll.

#### *Hubungan antara karakteristik individu siswa dengan perilaku komunikasi komunikasi siswa SMA Negeri 1 Makassar dalam menggunakan media sosial*

Pada studi di atas di katakana bahwa tidak ada hubungan antara jenis kelamin dengan penggunaan media sosial di kalangan remaja siswa SMA Negeri 1 Makassar. Karena kebutuhan berkomunikasi melalui media sosial sangat di perlukan dan dibutuhkan oleh semua, tidak terkecuali jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Memang pada jaman sekarang berkomunikasi melalui media sosial sudah menjadi kebutuhan primer bagi manusia sekarang. Seperti dalam *ecologi media theory*, yang menjelaskan bahwa memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip bahwa masyarakat tidak dapat melarikan diri dari pengaruh teknologi dan bahwa teknologi akan tetap menjadi pusat bagi semua bidang profesi dan kehidupan (Ardianto, 2001:18).

Begitu pula usia para siswa siswi tersebut, tidak memiliki hubungan antara usi mereka dengan penggunaan media sosial. Dinyatakan memang usi tidaklah menjadi patokan apakah hanya pada usia 17 tahun ke atas saja yang menggunakan media sosial, tetapi umur 15 dan 16 tahun yang termasuk usia kategri remaja, juga menggunakan media sosial. Disebabkan karena maraknya penggunaan telephone genggam/handphone sebagai wadah untuk berkomunikasi melalui media sosial semakin banyak digunakan dan harganya pun relatif terjangkau, maka dari itu usia 15 tahun, 16 tahun, bahkan 17 tahun sudah banyak menggunakan media sosial untuk kebutuhan berkomunikasi mereka.

Selanjutnya uji hipotesis terhadap jumlah pendapatan orang tua sangat berpengaruh terhadap penggunaan media sosial oleh para siswa-siswi tersebut. Dikarenakan biaya yang digunakan untuk mengakses media sosial melalui jaringan internet berasal dari jumlah pendapatan orang tua. Semakin tinggi jumlah pendapatan orang tua maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan media sosial di kalangan para siswa-siswi tersebut. Seperti yang dinyakatan oleh Rakhmat (2003:111) faktor-faktor personal, seperti status ekonomi keluarga. Faktor tersebutlah yang menjadi acuan seberapa besar faktr tersebut mempengaruhi aktrasi komunikasi interpersonal seseorang.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil studi yaitu sebagai berikut :

1. Perilaku komunikasi siswa sma negeri 1 makassar dalam menggunakan media

sosial tergolong sangat tinggi, yaitu dengan presentase mencapai 88,17%. Ini terlihat dari seberapa sering mereka menggunakan media sosial setiap hari dan juga lama rata-rata durasi mereka menggunakan media sosial setiap harinya. Sedangkan untuk tujuan mereka menggunakan media sosial ialah lebih banyak memilih untuk kebutuhan sekolah (49,5%), seperti bertanya mengenai pr, jawaban ulangan, tugas-tugas,dll. Dan untuk tujuan menghubungi teman juga berada di peringkat ke dua, sebagai pilihan jawaban selain kebutuhan sekolah, yaitu sebesar 26,9%. Selain itu untuk tingkat perilaku berkomunikasi secara langsung atau face to face dengan teman masih tergolong sangat sering, dikarenakan para siswa tersebut sebagian besar masih sering bertemu di lingkungan sekolah dan masih berkomunikasi secara langsung.

2. Sedangkan untuk hubungan karakteristik individu seperti jenis kelamin, pendapatan orang tua dan tujuan menggunakan media sosial masing-masing memiliki tingkat hubungan yang berbeda dengan perilaku komunikasi siswa. Hanya ada yang memiliki hubungan sangat erat dan juga lemah. Misalnya saja untuk pendapatan orang tua, untuk kategori ini, pendapatan orang tua sanga memiliki hubungan yang erat atau sangat tinggi dengan perilaku komunikasi siswa SMA Negeri 1 Makassar, sedangkan untuk jenis kelamin dan tujuan penggunaan media sosial terdapat hubungan yang sangat lemah. Selanjutnya untuk berkomunikasi langsung dengan anggota komunitas/group di media

sosial juga masih tergolong sering yaitu sebanyak 52,7% mengaku bertemu secara langsung dan berkomunikasi secara face to face dengan anggota group, sedangkan sebanyak 29,03% memilih sekali seminggu. Hal tersebut disebabkan karena para siswa mengaku kebanyakan mereka memiliki komunitas/group yang rata-rata berada di sekolah seperti group masing-masing kelas, dan juga group ekstrakurikuler di sekolah.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Abugaza, Anwar. 2013. *Sosial Media Politica*. Tangerang: PT. Tali Writing and Publishing House.
- Achmad, A.S. 1990. *Manusia dan Informasi*. Hasanuddin University Press. Ujung Pandang.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Jakarta: Aspikom.
- Bagdakian, BH. 2004. *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Davis, RA, Flett, G.L. *The Network Society*. London: Sage Publications.
- Gunelius, Susan. 2011. *30 Minute Sosial Media Marketing*. United States: Mc Graw Hill Company
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Little, John, Stephen, W. 2009. *Teori Komunikasi: Theories Of Human communication* edisi 9. Jakarta.
- Lievrouw, LA dan Sonia Livistone, 2006. *The Handbook of New Media*. London: Sage Publications.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mursalim. 2007. *Dasar-dasar Studi Komunikasi*. Makassar: Sekolah Tinggi Ilmu komunikasi (STIKOM) Fajar.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Notoadmodjo. 2005. *Promosi Kesehatan Teori dan aplikasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Rakhmat, Jalaluddin. 1998. *Metode Studi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Riduwan. 2011. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: PT. Alfabeta
- Ruben, Brent D dan Lea P Stewart. 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT Raja Gravindo Persada
- Sukmono, Filosa Gita dan Fajar Junaedi. 2014. *Komunikasi Multikultur*. Yogyakarta: Buku Litera
- Thoha, Miftah. 2002. *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Gravindo Persada
- Tommy, Suprpto. 2009. *Pengantar Teori komunikasi*. Yogyakarta: Agromedia

Vandijk, J.A.G.M. 2006. *The Network Society*. London: Sace Publications.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo

Wirutomo, Paulus. 1982. *Pokok-pokok Pikiran Dalam Sosiologi*. Jakarta: CV. Rajawali

Dailysosial. *Pengguna Internet di Indonesia*. (<https://dailysocial.id/post/kemenkominfo-targetkan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2015-capai-150-juta-orang>, diakses pada tanggal 22 November 2015)

----- *Inisiatif Pengembangan Produk Internet*. (<https://dailysocial.id/post/daftar-inisiatif-pengembangan-produk-internet-of-things-di-indonesia>, diakses pada tanggal 24 November 2015)

Kominfo. *Anak dan Remaja Pengguna Internet*. ([https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17PIHKOMINFO22014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran\\_pers](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17PIHKOMINFO22014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran_pers), diakses pada tanggal 27 November 2015)

Sulawesi Bisnis. *Pengakses Internet di Makassar*. (<http://sulawesi.bisnis.com/read/20150425/11/188138/7-dari-10-pengakses-internet-di-makassar-pengguna-media-sosial>, diakses pada tanggal 25 Mei 2016)

Unicef. *Perilaku anak dan remaja*. (<http://www.unicef.org/indonesia/id/resources/perilaku-anak-dan-remaja>, diakses pada tanggal 28 November 2015)

Wikipedia. *Mediasocial*. ([https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_sosial](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial), diakses pada tanggal 21 November 2015)