

**Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi  
KPI Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri**



**IAIN PURWOKERTO**

SKRIPSI

Oleh:

**SYARIF HIDAYAT**

**NIM : 1717102125**

**IAIN PURWOKERTO**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN**

**ZUHRI**

**2021**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

---

---

**PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syarif Hidayat

NIM : 1717102125

Jenjang : S1

Fakultas : Dakwah

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang berjudul **Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri** ini secara keseluruhan hasil penelitian atau karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda *footnote* dan ditunjukkan dalam bentuk daftar pustaka sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila kelak di kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran di pernyataan saya, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Purwokerto, 15 Juli 2021

Saya yang menyatakan

**Syarif Hidayat**  
NIM. 1717102125



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

---

---

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Dakwah  
UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi maka saya sampaikan naskah skripsi saudara:

Nama : Syarif Hidayat  
NIM : 1717102125  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : **Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 16 Juli 2021

Pembimbing

Uus Uswatusolihah, M.A.  
NIP. 19770304 200312 2 001

**PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul:

**MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN  
MAHASISWA PRODI KPI FAKULTAS DAKWAH UIN PROF. K.H.  
SAIFUDDIN ZUHRI**

yang disusun oleh Saudara: **Syarif Hidayat**, NIM. **1717102125**, Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam**, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal: **Kamis, 22 Juli 2021**, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing,



Uus Uswatusolihah, M.A.  
NIP 19770304 200312 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji II,



Asep Amaludin, M.Si  
NIP 19860717 201903 1 008

Penguji Utama,



Kholil Lur Rohman, M.S.I.  
NIP 19791005 200901 1 013

Mengesahkan,

Tanggal 30 Juli 2021

Dekan,



Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.  
NIP 19691219 199803 1 001

**TANDA TERIMA SKRIPSI**

Telah diterima 1 (satu) eksemplar Skripsi dengan judul:

**Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi Kpi  
Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri**

Dari mahasiswa Program S1 Jurusan Penyiaran Islam Program Studi Komunikasi  
dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri:

Nama : Syarif Hidayat

NIM : 1717102125

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Lulus Ujian Skripsi Tanggal : Kamis, 22 Juli 2021

NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Uus Uswatusolihah, M.A.	Ketua Sidang / Pembimbing	1 
2	Asep Amaludin, M.Si	Penguji II/ Sekretaris Sidang	2 
3	Kholil Lur Rohman, M.S.I	Penguji Utama	3 
4	Aris Nurrohman, S.H.I., M.Hum	Perpustakaan Pusat	4
5	Siti Faizah Hidayati, S.H.	Perpustakaan Fakultas	5 

Purwokerto, 30 Juli 2021  
Yang menyerahkan/  
Mahasiswa tersebut di atas,



Syarif Hidayat  
NIM. 1717102125

**Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Fakultas  
Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri**

**SYARIF HIDAYAT**  
**NIM. 1717102125**

**ABSTRAK**

Dalam kemajuan teknologi komunikasi dan informasi muncul sebuah media daring untuk komunikasi yang disebut media sosial. Media sosial merupakan inovasi terbaru di bidang komunikasi dan informasi dengan memiliki kemampuan dan fungsi lebih praktis dan juga lebih berguna. Dengan penggunaan media sosial yang telah meluas, kebutuhan masyarakat akan berkomunikasi dan informasi dapat terpenuhi, mudah dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi dengan media sosial yang dapat diakses melalui *smartphone*. Media sosial tersebut antara lain *facebook, twitter, instagram, whatsapp, tiktok*, dan lain-lain. Mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri juga salah satu pengguna media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan media sosial mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 dan motif penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa KPI angkatan 2019 menggunakan teori *uses and gratifications*.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan karakteristik populasi atau bidang tertentu dengan tepat. Penelitian ini menganalisis 4 mahasiswa yang telah memenuhi kriteria peneliti setelah mengisi kuesioner yang peneliti bagikan ke mahasiswa KPI angkatan 2019. Dimana keempat mahasiswa menjadi pengguna aktif media sosial untuk memenuhi kebutuhan yang mengandung motif teori *use and gratifications*. Hasil penelitian diketahui bahwa motif mahasiswa dalam menggunakan media sosial dipengaruhi oleh dua motif. Yakni motif diversifikasi dan motif identitas personal. Mahasiswa merasa terhibur dengan menggunakan media sosial dengan melihat konten yang ada di media sosial dan ketika menggunakan media sosial mempunyai keinginan untuk menunjukkan eksistensi dirinya di media sosial. Kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri memotivasi mereka untuk melakukan perubahan tingkah laku.

Pemenuhan kebutuhan yang dicapai mahasiswa dalam menggunakan media sosial adalah pemenuhan kebutuhan komunikasi dan informasi yang ada di masyarakat. Pemenuhan kebutuhan informasi merupakan bagian dari motif kognitif yang juga termasuk didalamnya, meskipun media sosial tidak dapat dikatakan sebagai satu-satunya sumber informasi, mengingat masih banyak media lain seperti media televisi, media cetak, bahkan media siar.

**Kata Kunci: Teori Use And Gratifications, Mahasiswa, Media Sosial, Teknologi, Motif, New Media**

## **MOTTO**

“Setiap manusia membutuhkan eksistensi, membutuhkan pengakuan dari sekelompok makhluk yang tercipta dari seonggok daging akan keberadaan dirinya di dunia.” -Cynthia Febrina-



## PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, saya panjatkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmatnya yang tak terbatas, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini meskipun dengan banyak kekurangan. Shalawat dan salam juga saya curahkan kepada nabi Muhammad S.A.W yang menjadi teladan hidup umat islam.

Dengan penuh rasa haru dan bangga saya persembahkan karya sederhana ini, kepada kedua Orang Tua yang sangat saya cintai, Bapak Muhajir dan Ibu Sami Rohyati yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan yang tidak pernah terhenti. Kemudian untuk kakak saya Adhar Ariyanto, terima kasih atas segala masukan dan arahan yang selama ini diberikan. Apa yang saya raih hari ini, sungguh belum mampu membayar semua kebaikan, keringat, jerih payah, serta air mata yang telah kalian perjuangkan dan korbakan untuk saya. Semoga segala lelah menjadi lillah.



IAIN PURWOKERTO



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur mari kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga kita dapat melakukan tugas kita sebagai makhluk yang diciptakan Allah untuk selalu berfikir dan bersyukur atas segala nikmat yang diberikan-Nya. Dengan penuh rasa syukur, berkat kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri**.

Dengan selesainya skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak dan saya hanya dapat menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang dengan ikhlas memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

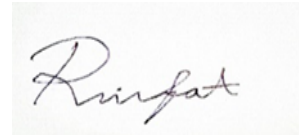
1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Hj. Khusnul Khotimah, M.Ag., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Musta'in, M.Si., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Ibu Uus Uswatusholihah, M.A., Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sekaligus pembimbing skripsi penulis, terima kasih atas segala arahan dan kesabarannya menuntun penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Muridan, M.Ag., Penasihat Akademik angkatan 2017 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Ibu Nur Azizah, M.Si., dosen yang dari awal telah membantu penulis dengan memberikan arahan dan masukan terkait skripsi.
9. Segenap Dosen, Karyawan, dan seluruh civitas akademik UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman selama menempuh studi di Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Orang Tua penulis, Bapak Muhajir dan Ibu Sami Rohyati yang penulis cintai serta sayangi, yang telah merawat, mendidik, mendukung baik materiil maupun moril dan tak hentinya mendoakan selama ini sehingga penulis dapat mencapai titik ini.
11. Kakak penulis, Adhar Ariyanto yang telah memberi masukan, arahan, serta uang saku setiap bulan.
12. Teman dekat penulis, Ani Kurniawati yang telah memberi semangat dan dukungannya selama ini yang membuat hidup penulis menjadi lebih berwarna.
13. Dwi Askinita, Ni'matussaadah teman yang seringkali penulis jadikan tempat untuk bercerita dan bertanya tentang skripsi.
14. Keluarga besar KPI C angkatan 2017, yang telah memberikan banyak kenangan di hidup penulis selama menempuh studi, semoga kita semua dapat terus menjalin silaturahmi.
15. Teman-Teman di DEMA Fakultas Dakwah Kabinet Romansa Aksi periode 2019-2020, yang telah menjadi bagian perjalanan penulis dalam berorganisasi.
16. Teman-Teman di Radio Star Fakultas Dakwah, yang telah menjadi bagian perjalanan penulis dalam menambah keterampilan.
17. Pondok Pesantren Darul Falah yang pernah menjadi tempat penulis menimba ilmu agama yang sangat bermanfaat sekali.
18. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, secara langsung maupun tidak langsung kalian ikut memberikan semangat dan bantuan yang membuat skripsi ini dapat selesai.

Tiada yang dapat penulis berikan untuk menyampaikan rasa terima kasih melainkan hanya doa. Penulis menyadari masih banyak kekurangan pada skripsi ini, sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan.

Purwokerto, 15 Juli 2021

Penulis

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink that reads "Rinfat".

Syarif Hidayat  
NIM. 1717102125



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN.....	iv
TANDA TERIMA SKRIPSI.....	v
ABSTRAK .....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. PENEGASAN ISTILAH .....	6
1. Motif.....	6
2. Penggunaan Media Sosial .....	7
3. Mahasiswa Prodi KPI .....	7
4. Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri .....	8
C. RUMUSAN MASALAH .....	8
D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN .....	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Manfaat Penelitian.....	9
a. Manfaat Teoritis .....	9
b. Manfaat Praktis.....	9
E. TELAAH PUSTAKA.....	9
F. SISTEMATIKA PENULISAN.....	12
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Teori Determinasi Teknologi.....	13
B. Media Baru ( <i>New Media</i> ) .....	13
C. Media Sosial.....	16
D. Perkembangan Media Sosial.....	21

E. Teori Kebutuhan.....	22
F. Teori <i>Uses And Gratifications</i> .....	23

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	28
1. Pendekatan Penelitian.....	28
2. Jenis Penelitian.....	28
B. Waktu Penelitian .....	28
C. Subyek Dan Obyek Penelitian .....	29
1. Subyek Penelitian .....	29
2. Obyek Penelitian .....	29
D. Sumber Data.....	29
1. Sumber Data Primer .....	29
2. Sumber Data Sekunder .....	29
E. Metode Pengumpulan Data.....	30
1. Kuesioner .....	30
2. Wawancara.....	30
3. Dokumentasi .....	30
F. Analisis Data.....	31
1. Reduksi Data .....	31
2. Penyajian Data.....	31
3. Menarik Kesimpulan .....	31

### BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Mahasiswa Prodi KPI Angkatan 2019.....	32
B. Profil Informan.....	33
C. Data Penelitian .....	37
1. Penggunaan Media Sosial Mahasiswa KPI 2019.....	37
2. Motif Mahasiswa KPI 2019 Menggunakan Media Sosial .....	42
D. Pembahasan .....	56

### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
C. Penutup.....	66

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Informan.....	34
Tabel 4.2 Motif Mahasiswa KPI 2019 dalam Menggunakan Media Sosial .....	43
Tabel 4.3 Motif Mahasiswa KPI 2019 dalam Pemenuhan Kebutuhan.....	57



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesi tahun 2021 .....	3
Gambar 1.2 Jumlah perangkat yang digunakan di Indonesia tahun 2021 .....	4
Gambar 1.3 Durasi Waktu Orang Indonesia Mengggunakan Media Dalam Sehari tahun 2021 .....	4
Gambar 1.4 Media Sosial dan Streaming Video yang sering diakses di Indonesia tahun 2021 .....	5
Gambar 2.1 Formula Teori <i>Uses and Gratifications</i> .....	24
Gambar 2.2 Model <i>Uses and Gratifications</i> .....	25



**IAIN PURWOKERTO**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada era digital sekarang ini peran teknologi tak bisa dipisahkan dari masyarakat. Saat ini pengambilan dan pertukaran informasi sangat begitu mudah dilakukan kapan saja dan dimana saja melalui jaringan internet. Dalam perkembangannya, teknologi sangat bermanfaat untuk mensejahterakan umat manusia. Salah satu kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yaitu adanya media sosial. Media sosial merupakan inovasi terbaru di bidang teknologi yang memiliki kemampuan lebih baik serta mempunyai fungsi lebih praktis dan juga lebih berguna. Beberapa tahun terakhir penggunaan media sosial telah meluas ke seluruh dunia, tanpa terkecuali di Indonesia. Dengan penggunaan media sosial yang telah meluas, maka penyiaran informasi pun menjadi lebih mudah, lengkap, dan murah, maksudnya yaitu kebutuhan masyarakat akan informasi dapat terpenuhi, mudah dalam mendapatkan informasi.

Proses masyarakat memperoleh informasi dapat dikatakakan sebagai bentuk komunikasi. Komunikasi menurut Harold Laswell ialah *who says to whom in what channel with what effect*. Maksudnya yaitu komunikasi sebagai proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan melalui media untuk menimbulkan efek tertentu.<sup>1</sup> Media Sosial dapat diakses menggunakan *smartphone*. Kemudian masyarakat memilih media sosial untuk memperoleh informasi dengan beberapa alasan diantaranya, mudah diakses dengan *smartphone* yang bisa mendapatkan informasi maupun komunikasi dimana saja dan kapan saja, informasi yang diperoleh lebih cepat, mengikuti perkembangan zaman. Selain itu, setiap orang yang memiliki *smartphone* sudah dipastikan dapat mengakses media sosial, seperti *Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, WhatsApp, Line*, dan sebagainya. Karena hal tersebutlah

---

<sup>1</sup> Mohammad Zamroni, *Filsafat Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 5.



yang mengubah cara berkomunikasi ataupun interaksi di era yang serba digital seperti sekarang. Dengan media sosial yang ada di *smartphone*, kita dapat mengetahui aktivitas orang lain yang tidak kita kenal dan tidak pernah bertemu sebelumnya. Media sosial seolah tidak memiliki batasan atau kerahasiaan seseorang.<sup>2</sup>

Mahasiswa adalah salah satu pengguna media sosial di Indonesia. Mahasiswa adalah orang yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi setelah tamat dari SMA/ sederajat. Mahasiswa seakan tak bisa jauh dari media sosial, baik dalam berkomunikasi ataupun kebutuhan sehari-hari. Pesatnya perkembangan media sosial dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Media sosial juga sudah menjadi faktor penting interaksi bagi manusia. Ditambah lagi dengan munculnya *smartphone* yang menyediakan layanan internet dengan provider yang murah untuk mengakses media sosial tanpa biaya besar, tanpa alat mahal, dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna media sosial dengan bebas mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model konten lainnya. Media sosial sedikit demi sedikit membawa kita ke suatu pola budaya yang baru dan mulai menentukan pola pikir kita. Media sosial dapat membuat seseorang menjadi ketergantungan terhadap media sosial.<sup>3</sup>

Contohnya ketika bangun tidur yang dibuka adalah media sosial. Hal tersebut menunjukkan bahwa manusia begitu membutuhkan media sosial. Selain itu mahasiswa lebih banyak menghabiskan waktunya mengakses media sosial, bahkan saat berkumpul atau bertemu dengan mahasiswa lain yang seharusnya berinteraksi namun sibuk masing-masing dengan berselancar di media sosial. Selain sebagai media berkomunikasi, media sosial juga

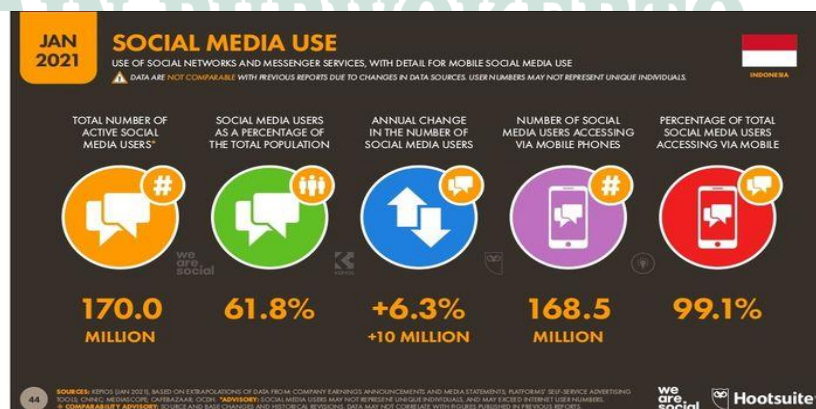
---

<sup>2</sup> Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri, Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan, *Buletin Psikologi*, Volume 25 No. 1, ISSN: 2528-5858, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2017), hlm. 36. Diambil dari: <https://journal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/22759>. Diakses tanggal 20 Juni 2021. Jam: 21.10 WIB.

<sup>3</sup> Jain Rahman, Pengaruh Media Sosial Bagi Proses Belajar Siswa, *Artikel Pranata Komputer*, ISSN: 2477-5657, (Banjarmasin: Kanwil Kemenag Kalsel, 2015). Diambil dari: <https://kalsel.kemenag.go.id/artikel/34987/Artikel-Pranata-Komputer>. Diakses tanggal 27 Juli 2021. Jam 14.41 WIB.

digunakan sebagai media untuk menunjukkan eksistensi diri. Seharusnya dengan perkembangan teknologi yang telah begitu pesat, sangat penting untuk menggunakannya dengan bijak supaya memberikan manfaat. Dari sekian banyak penggunaannya, mahasiswa juga menunjukkan eksistensi diri menggunakan media sosial yang ada di *smartphone*, seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *whatsapp*, *tiktok*, dll. Penggunaan media sosial untuk eksistensi diri juga dilakukan oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Menurut Sjarifah dan Prasanti sebagaimana dikutip oleh Roosyidah, eksistensi diartikan sebagai keberadaan. Maksudnya yaitu adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita. Eksistensi ini perlu “diberikan” kepada kita dari orang lain, karena untuk membuktikan bahwa keberadaan kita diakui orang di sekeliling kita. Keperluan akan nilai eksistensi ini dirasa penting, karena merupakan pembuktian hasil kerja maupun performa di dalam suatu lingkungan.<sup>4</sup> Eksistensi memiliki makna yang cukup luas, namun dalam penelitian ini eksistensi akan dilihat dari sudut pandang mahasiswa yang menggunakan media sosial selain untuk komunikasi dan informasi juga untuk eksistensi diri melalui beberapa media sosial yang mereka gunakan. Berikut data pengguna media sosial di Indonesia menurut *We Are Social*.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia tahun 2021

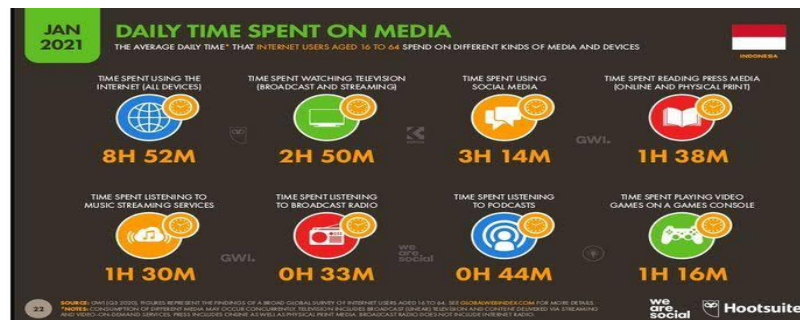
<sup>4</sup> Nurul Roosyidah, Eksistensi Penggunaan Kato Nan Ampek Dalam Komunikasi Antarpersonal (Studi Pada Himpunan Keluarga Sehati Malang), *Skripsi*, (Malang: Universitas Muhammadiyah, 2018), hlm. 9. Diambil dari: <http://eprints.umm.ac.id/40660/>. Diakses tanggal 22 Juni 2021. Jam: 00.05 WIB.

Dalam data tersebut pengguna aktif media sosial penduduk Indonesia mencapai 170 juta pada bulan Januari 2021.<sup>5</sup> Selain itu, yang menggunakan *smartphone* untuk mengakses media sosial cukup banyak. Berikut data dari *We Are Social*.



Gambar 1.2 Jumlah perangkat yang digunakan di Indonesia tahun 2021

Pada data di atas menunjukkan bulan Januari 2021 perangkat *smartphone* menempati urutan kedua paling banyak digunakan dengan presentase 98,2%.<sup>6</sup> Lama waktu yang digunakan oleh orang Indonesia untuk mengakses internet tahun 2021 dikutip dari situs *We Are Social* sebagai berikut.<sup>7</sup>



Gambar 1.3 Durasi Waktu Penduduk Indonesia Menggunakan Media Dalam Sehari tahun 2021

<sup>5</sup> Data ini diambil dari: <https://amp.kompas.com/tekno/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>. Diakses tanggal 22 Juni 2021. Jam: 01.10 WIB.

<sup>6</sup> Data ini diambil dari: <https://nextren.grid.id/read/012575358/pengguna-internet-indonesia-200-juta-170-juta-suka-main-medsos?page=all>. Diakses tanggal 22 Juni 2021. Jam: 01.30 WIB.

<sup>7</sup> Data ini diambil dari: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta>. Diakses tanggal 23 Juni 2021. Jam: 04.05 WIB.

Pada bulan Januari 2021 internet menempati urutan teratas orang Indonesia dalam mengabdikan waktu sebanyak 8 jam 52 menit per hari. Diikuti media sosial dengan 3 jam 14 menit per hari. Selanjutnya televisi streaming dengan 2 jam 50 menit per hari. Membaca berita online 1 jam 8 menit per hari. Mendengarkan musik streaming 1 jam 30 menit per hari. Bermain video game 1 jam 16 menit per hari. Mendengarkan radio streaming 30 menit per hari. Mendengarkan podcast 44 menit per hari. Selanjutnya yaitu media sosial dan streaming video yang sering diakses di Indonesia pada tahun 2021. Berikut data dari *We Are Social*.



Gambar 1.4 Media Sosial dan Streaming Video yang sering diakses di Indonesia tahun 2021

Pada data di atas menunjukkan bahwa di bulan Januari 2021 media sosial yang sering diakses yaitu *WhatsApp* menempati urutan pertama dengan lama diakses 30,8 jam/bulan, *Facebook* menempati urutan kedua dengan lama diakses 17,0 jam/bulan, *Instagram* menempati urutan ketiga dengan lama diakses 17,0 jam/bulan, *Tiktok* menempati urutan keempat dengan lama diakses 13,8 jam/bulan, *Twitter* menempati urutan kelima dengan lama diakses 8,1 jam/bulan.<sup>8</sup> Oleh karena beberapa hal di atas, sangat menarik dikaji lebih dalam lagi terkait motif penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa.

<sup>8</sup> Data ini diambil dari: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari-?page=all#page2>. Diakses tanggal 22 Juni 2021. Jam: 03.10 WIB.

Dalam penelitian ini, fokus utama peneliti pada motif penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. Alasan peneliti melakukan penelitian pada mahasiswa program studi KPI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri adalah pentingnya masalah yang akan diteliti dan kemanfaatan dari hasil penelitian yang akan dilakukan. Alasan lain penelitian ini terhadap mahasiswa KPI adalah peneliti ingin mengetahui bagaimana motif penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa KPI. Mahasiswa yang menjadi subjek penelitian adalah mahasiswa KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Peneliti memilih mahasiswa KPI angkatan 2019 yaitu karena intensitas penggunaan media sosial mahasiswa KPI angkatan 2019 meningkat setelah 1 tahun berkuliah tatap muka, lalu harus menggunakan media sosial untuk perkuliahan *online* karena pandemi covid-19. Selain itu, menurut peneliti mahasiswa KPI lebih memahami bahwa penggunaan media sosial seperti pedang bermata dua, ada dampak positif dan negatifnya. Berangkat dari hal di atas, peneliti tertarik untuk meneliti kondisi tersebut dengan judul “Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri”.

## **B. PENEGASAN ISTILAH**

Dalam penafsiran judul supaya tidak ada kesalahpahaman, maka penulis merasa perlu adanya penegasan istilah yang mejadi fokus utama dalam penelitian ini. Penegasan istilah diantaranya sebagai berikut:

### 1. Motif

Motif merupakan sebuah dorongan yang terikat pada tujuan tertentu. Motif yang ada pada diri seseorang akan mewujudkan perilaku yang diarahkan untuk mencapai sasaran kepuasan.<sup>9</sup> Motif dalam penelitian ini

---

<sup>9</sup> M. Nur Ghufon Dan Rini Risnawita S, *Teori-Teori Psikologi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 83.

adalah motif penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa prodi KPI 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

## 2. Penggunaan Media Sosial

Penggunaan adalah kegiatan menggunakan maupun memakai sarana dan barang.<sup>10</sup> Menurut Laughey dan McQuail sebagaimana dikutip oleh Mulawarman, media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. Kata “media” diartikan sebagai alat komunikasi, sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat.<sup>11</sup> Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee sebagaimana dikutip oleh Junawan, penggunaan media oleh individu dilihat berdasarkan dari tiga hal, yaitu: jumlah waktu, isi media, dan hubungan media dengan individu.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial. Media sosial dalam penelitian ini adalah *WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok, dan Twitter*.

## 3. Mahasiswa Prodi KPI

Menurut Hartaji sebagaimana dikutip oleh Nuraini mahasiswa adalah seseorang yang terdaftar di sekolah tinggi, institut, universitas, atau sebagainya baik negeri maupun swasta dan sedang menuntut ilmu.<sup>13</sup> Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) berusaha memadukan ilmu komunikasi dengan penyiaran dan dakwah Islam. Dengan adanya program studi KPI ini bertujuan melahirkan sarjana yang menguasai

<sup>10</sup> Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), hlm. 125.

<sup>11</sup> Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri, Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan, *Buletin Psikologi*, Volume 25 No. 1, ISSN: 2528-5858, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2017), hlm. 37. Diambil dari: <https://journal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/22759>. Diakses tanggal 24 Juli 2021. Jam: 00.50 WIB.

<sup>12</sup> Hendra Junawan dan Nurdin Laugu, Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram, dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Di Kalangan Masyarakat Virtual Indonesia, *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 4 No. 1, ISSN: 2580-9903, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2020), hlm. 43. Diambil dari: [https://baitululum.fah.uinjambi.ac.id/index.php/b\\_ulum/article/view/46/25](https://baitululum.fah.uinjambi.ac.id/index.php/b_ulum/article/view/46/25). Diakses tanggal 26 Juli 2021. Jam: 15.00 WIB.

<sup>13</sup> Kurnia Nuraini, Motivasi Berprestasi Mahasiswa Penyandang Tuna Daksa, *Skripsi*, (Surabaya : UINSA, 2014), hlm. 18.

teknologi informasi dan komunikasi dalam menyiarkan serta mendakwahkan nilai-nilai islam.<sup>14</sup> Lulusan KPI diharapkan memiliki tujuh kompetensi utama yaitu menguasai landasan dasar dan filosofis dakwah, menguasai materi-materi pokok keislaman dan kemasyarakatan, menguasai metodologi dakwah, menguasai jurnalistik, penerbitan, dan percetakan, menguasai metode dan teknik penyiaran, menguasai bentuk-bentuk penyiaran, dan menguasai karakteristik masyarakat.<sup>15</sup>

#### 4. Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Fakultas Dakwah merupakan salah satu fakultas yang dimiliki oleh Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto selain Fakultas Tarbiyah, Syariah, Ekonomi dan Bisnis, serta Fakultas Ushuludin, Adab dan Humaniora. Fakultas Dakwah memiliki 4 program studi yaitu, Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Program Studi Manajemen Dakwah, dan Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam. Mahasiswa dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

### C. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri?
2. Bagaimana Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri?

---

<sup>14</sup> <https://www.academicindonesia.com/komunikasi-dan-penyiaran-islam>. Diakses tanggal 22 Juni 2021. Jam: 21.25 WIB.

<sup>15</sup> Tim Penyusun, *Panduan Akademik IAIN Purwokerto 2019-2020*, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019), hlm. 199.

## D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- b. Untuk mengetahui motif penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penggunaan *smartphone* pada mahasiswa
- 2) Penelitian ini diharapkan berguna bagi kajian KPI dalam kaitannya dengan penggunaan *smartphone*

#### b. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan pengetahuan bagi mahasiswa dalam penggunaan *smartphone*
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan mengenai dampak positif dan negatif penggunaan *smartphone*

## E. TELAAH PUSTAKA

Peneliti menuliskan beberapa penelitian terdahulu yang sejenis untuk menghindari plagiasi, diantaranya sebagai berikut:

Pertama, hasil skripsi dari Aldi Pratama yang berjudul *Fenomena Penggunaan Asus Zenfone Di Kalangan Mahasiswa Bandung* dari Universitas Pasundan tahun 2016.<sup>16</sup> Penelitian ini menjelaskan sebuah fenomena penggunaan *smartphone* dengan jenis Zenfone dan merk Asus di kalangan mahasiswa yang berada di kota Bandung. Persamaan dengan penelitian ini

---

<sup>16</sup> Aldi Pratama, *Fenomena Penggunaan Asus Zenfone Di Kalangan Mahasiswa Bandung, Skripsi*, (Bandung: Universitas Pasundan Bandung, 2016). Diambil dari <http://repository.unpas.ac.id/1175/> Diakses pada 31 Mei 2021. Jam 19.35 WIB.



adalah sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan meneliti tentang mahasiswa. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini yaitu terdapat pada subjek kajian yang diteliti. Aldi Pratama meneliti fenomena penggunaan *smartphone* Asus Zenfone di kota Bandung, sedangkan peneliti fokus meneliti motif penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri dengan berbagai jenis dan merk *smartphone* yang digunakan.

Kedua, skripsi dari Innesia Mahardika yang berjudul *Fenomena Smartphone Zombie (Aruki Sumaho) Terhadap Pejalan Kaki di Shibuya Crossing Tokyo Jepang* dari Universitas Brawijaya tahun 2017. Fokus utama penelitian ini mendeskripsikan mengenai fenomena dan dampak negatif *smartphone* zombie terhadap pejalan kaki yang ada di Shibuya crossing Tokyo Jepang.<sup>17</sup> Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini yaitu terdapat pada subjek kajian yang diteliti. Innesia Mahardika meneliti dampak negatif *smartphone* zombie terhadap pejalan kaki di Shibuya crossing Tokyo Jepang, sedangkan peneliti berfokus pada motif penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Ketiga, hasil skripsi dari Aldi Renaldi yang berjudul *Fenomena Smartphone Sebagai Media Permainan Di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Pasundan* dari Universitas Pasundan tahun 2016. Fokus penelitian ini yaitu untuk mengetahui motif penggunaan *smartphone* menjadi media permainan oleh sebagian para penggunanya, juga untuk mengetahui respon masyarakat akan fenomena yang sedang terjadi ini.<sup>18</sup> Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan meneliti motif mahasiswa. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini

---

<sup>17</sup> Innesia Mahardika, *Fenomena Smartphone Zombie (Aruki Sumaho) Terhadap Pejalan Kaki di Shibuya Crossing Tokyo Jepang*, *Skripsi*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2017). Diambil dari <http://repository.ub.ac.id/7823/> Diakses pada 31 Mei 2021. Jam 23.00 WIB.

<sup>18</sup> Aldi Renaldi, *Fenomena Smartphone Sebagai Media Permainan Di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Pasundan*, *Skripsi*, (Bandung: Universitas Pasundan Bandung, 2016). Diambil dari <http://repository.unpas.ac.id/1175/> Diakses pada 31 Mei 2021. Jam 23.30 WIB.

yaitu terdapat pada subjek kajian yang diteliti. Aldi Renaldi meneliti penggunaan *smartphone* menjadi media permainan oleh sebagian para penggunanya, juga untuk mengetahui respon masyarakat akan fenomena yang sedang terjadi, sedangkan peneliti fokus pada motif penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Keempat, hasil skripsi dari Faaizah Nurul Haqi yang berjudul *Hubungan Kontrol Diri Penggunaan Smartphone Dengan Perilaku Cyberbullying Pada Mahasiswa Universitas Padjadjaran* dari Universitas Padjadjaran tahun 2019.<sup>19</sup> Penelitian ini berfokus pada apakah ada hubungan kontrol diri penggunaan *smartphone* dengan perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa Universitas Padjadjaran. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang mahasiswa. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada pendekatan penelitian dan subjek yang diteliti. Faaizah Nurul Haqi menggunakan pendekatan kuantitatif dan meneliti hubungan kontrol diri penggunaan *smartphone* dengan perilaku *cyberbullying* pada mahasiswa Universitas Padjadjaran, sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan meneliti motif penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Kelima, hasil skripsi dari Diandra Teviani yang berjudul *Fenomena Pengguna Whatsapp Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung* dari Universitas Pasundan Bandung tahun 2016.<sup>20</sup> Penelitian ini berfokus pada bagaimana fenomena pengguna whatsapp di kalangan mahasiswa Fisip Unpas kota Bandung. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan meneliti mahasiswa. Sedangkan

---

<sup>19</sup> Faaizah Nurul Haqi, Hubungan Kontrol Diri Penggunaan Smartphone Dengan Perilaku Cyberbullying Pada Mahasiswa Universitas Padjadjaran, *Skripsi*, (Bandung: Universitas Padjadjaran, 2019). Diambil dari: <https://repository.unpad.ac.id/frontdoor/index/year/2020/docId/35686>. Diakses tanggal 1 Juni 2021. Jam: 00.27 WIB.

<sup>20</sup> Diandra Teviani, Fenomena Pengguna Whatsapp Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung, *Skripsi*, (Bandung: Universitas Pasundan Bandung, 2016). Diambil dari <http://repository.unpas.ac.id/14775/>. Diakses tanggal 1 Juni 2021. Jam 20.20 WIB.

perbedaan dengan penelitian ini yaitu terdapat pada subjek kajian yang diteliti. Diandra Teviani meneliti motif, tindakan, dan makna pengguna whatsapp di kalangan mahasiswa Fisip Unpas Bandung, sedangkan peneliti fokus meneliti motif penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

## F. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika pembahasan pada penelitian ini terdiri dari 5 BAB yaitu:

- BAB I. Pendahuluan**, terdiri dari: Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Telaah Pustaka, dan Sistematika Penulisan.
- BAB II. Kajian Teori**, dalam penelitian ini kajian teori berisi tentang Teori Determinasi Teknologi, Media Baru (New Media), Media Sosial, Perkembangan Media Sosial, Teori Kebutuhan, Teori *Uses And Gratifications*.
- BAB III. Metode Penelitian**, terdiri dari: Pendekatan dan Jenis Penelitian, Waktu Penelitian, Subyek Penelitian, Obyek Penelitian, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Analisis Data.
- BAB IV. Penyajian Data dan Analisis Data**, terdiri dari: Gambaran Umum Mahasiswa KPI Angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Penyajian Data dengan Analisis Data, Pembahasan.
- BAB V. Penutup**, terdiri dari: Kesimpulan, Saran, dan Penutup.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Teori Determinasi Teknologi

Marshall McLuhan pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* pertama kali mengemukakan teori ini. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat, dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain.<sup>21</sup> Misalnya dari masyarakat yang belum mengenal huruf menuju masyarakat yang memakai peralatan komunikasi cetak, ke masyarakat yang memakai peralatan komunikasi elektronik, ke masyarakat yang memakai peralatan digital. Inti dari determinasi teknologi adalah penemuan atau perkembangan teknologi komunikasi itulah yang sebenarnya yang mengubah kebudayaan manusia.<sup>22</sup> Dalam penelitian ini, peneliti memilih teori ini sebagai teori penguat, karena peneliti berpikir bahwa kehadiran media sosial merupakan sebuah perkembangan teknologi komunikasi yang digunakan sebagai media komunikasi. Adapun alasan mengapa teori ini diambil karena peneliti melihat bahwa perkembangan media sosial sangat pesat di masyarakat secara khusus mahasiswa.

#### B. Media Baru (*New Media*)

Menurut Liliweri sebagaimana dikutip oleh Nasution, media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja, dimana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja baik sebagai penerima ataupun

---

<sup>21</sup> Stefanus Rodrick Juraman, Pemanfaatan Smartphone Android Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Mengakses Informasi Edukatif, *Acta Diurna Komunikasi*, Volume 3 No. 1, (Manado: Universitas Sam Ratulangi, 2014). Diambil dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/4493/4022>. Diakses pada 6 Juli 2021. Jam 02.00 WIB.

<sup>22</sup> Stefanus Rodrick Juraman.... Diakses pada 6 Juli 2021. Jam 03.00 WIB.

pengguna untuk berpartisipasi secara aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas atau masyarakat baru melalui isi media.<sup>23</sup> Sedangkan menurut Mondy yang sebagaimana dikutip oleh Nasution, media baru atau *new media* merupakan media yang menggunakan jaringan internet, media online yang berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, dan berfungsi secara privat maupun secara publik.<sup>24</sup> Perkembangan teknologi terkhusus pada media baru membuat berbagai perubahan kehidupan sosial manusia. Media baru yang dibahas disini adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi baru yang berbagi ciri khas yang sama yakni, selain baru, dimungkinkan pemakaian teknologi tersebut dapat digunakan dengan proses digitalisasi dan didukung adanya ketersediaan internet yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.

Hal ini membuat individu dapat mengirimkan pesan dari jarak jauh, nirkabel, dan dapat mengirimkannya ke semua orang. Adanya kemampuan tersebut memungkinkan semua orang dapat dikatakan sebagai media massa, jika pengertian dari komunikasi massa adalah menyebarkan pesan melalui media yang bersifat masif, dengan adanya media baru membuat pengertian dari komunikasi massa mulai kabur karena semua orang dapat mengirimkan pesan ke siapa saja.<sup>25</sup> Internet merupakan sebuah media baru dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan *image* sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intens, saling berkaitan dalam pengoperasian sesama pengguna dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi penggunaan internet.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Chairunnisa Nasution, Motif Penggunaan Akun Instagram @Lambenyinyir, *Skripsi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2018), hlm. 20. Diambil dari: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6420>. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 01.22 WIB.

<sup>24</sup> Chairunnisa Nasution....hlm. 20. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 01.24 WIB.

<sup>25</sup> Chairunnisa Nasution....hlm. 21. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 01.34 WIB.

<sup>26</sup> Chairunnisa Nasution....hlm. 22-23. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 01.40 WIB.

Dennis McQuail memberikan konsep pembeda antara media baru dan media lama dari sisi pengguna, yaitu sebagai berikut.<sup>27</sup>

1. Derajat interaktivitas, diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap ‘tawaran’ dari sumber ataupun pengirim (pesan). Interaksi dalam new media cenderung lebih fleksibel dan lebih tinggi dibanding media konvensional.
2. Derajat keberadaan sosial (*Social presence*) dialami oleh pengguna, *sense of personal contact* dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah medium. Dalam hal ini, media massa bersifat lebih personal, mengurangi ambiguitas. Media baru memungkinkan audience untuk bisa berhubungan secara personal dengan media melalui kontak langsung.
3. Derajat otonomi (*Autonomy*), dimana pengguna media memiliki kemampuan untuk mengontrol isi dan penggunaan medianya sendiri dan menjadi sumber independen.
4. Derajat *Playfullness*, kemampuan media menyediakan hiburan bagi *user*.
5. Derajat privasi, diasosiasikan dengan penggunaan medium dan atau isi yang dipilih.
6. Personalisasi atau *Personalization* yang berhubungan dengan isi yang dimiliki para pengguna media. Mereka bebas menampilkan apa pun di media baru (internet) sehingga menghasilkan media yang unik (berbeda) dan personal.

Tetapi penggunaan media baru khususnya internet masih harus diperhatikan, karena memiliki efek negatif. Maka dari itu, perkembangan internet sebagai *new media* juga harus diikuti dengan pertanggung jawaban khalayak pengguna. Jika ada sisi negatif maka akan ada pula sisi positif yang diperoleh dari penggunaan *new media* ini, seperti dapat merubah pola

---

<sup>27</sup> Chairunnisa Nasution, Motif Penggunaan Akun Instagram @Lambenyinyir, *Skripsi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2018), hlm. 23-24. Diambil dari: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6420>. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 01.46 WIB.

pikir masyarakat, pola kehidupan, dan juga budaya masyarakat. Seperti pada pemenuhan kebutuhan informasi, *personal identity*, personal integration, dan diversifikasi melalui internet yang kini banyak diakses oleh khalayak.<sup>28</sup> Media baru meliputi situs web dan blog, streaming audio dan video, ruang obrolan (*chat room*), ponsel/surel (*e-mail*), komunitas online, media sosial dan platform berbagi, aplikasi seluler (mobile apps), iklan web, media dvd dan cd-rom, lingkungan realitas virtual, integrasi data digital dengan telepon, kamera digital.<sup>29</sup> Pada penelitian ini, peneliti memilih salah satu media baru, yaitu media sosial untuk diteliti.

### C. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini banyak penggunaannya karena mempunyai berbagai fungsi dalam perannya. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media massa juga menjadi sarana untuk penggunaannya dalam menggali berbagai informasi. Media sosial memiliki peran dan manfaat dalam kehidupan setiap individu maupun masyarakat yang harus diatur sedemikian rupa supaya media sosial tetap pada fungsi dan tujuan media sosial itu sendiri. Menurut Nasrullah sebagaimana dikutip oleh Mulawarman, keberadaan media sosial dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial, seperti pengenalan, komunikasi, dan kerjasama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sistem seperti adanya sistem di antara individu dan masyarakat.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Chairunnisa Nasution, *Motif Penggunaan Akun Instagram @Lambenyinyir*, *Skripsi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2018), hlm. 25. Diambil dari: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6420>. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 01.57 WIB.

<sup>29</sup> <https://romeltea.com/media-baru-pengertian-dan-jenis-jenisnya> Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 02.10 WIB.

<sup>30</sup> Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri, *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*, *Buletin Psikologi*, Volume 25 No. 1, ISSN: 2528-5858, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2017), hlm. 38. Diambil dari: <https://journal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/22759>. Diakses tanggal 24 Juli 2021. Jam 03.25 WIB.

Menurut Lughey dan McQuail sebagaimana dikutip oleh Mulawarman, istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. Kata “media” diartikan sebagai alat komunikasi, sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat.<sup>31</sup> Sedangkan menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller sebagaimana dikutip oleh Dwiyono, media sosial adalah sarana untuk konsumen berbagi informasi teks, gambar, video dan audio satu sama lain dan dengan perusahaan maupun sebaliknya.<sup>32</sup> Menurut Zarrella sebagaimana dikutip oleh Dwiyono, teknologi-teknologi web baru memudahkan orang membuat dan menyebarkan konten mereka sendiri. Post di *Blog, WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter* atau video di *YouTube* yang dapat dilihat oleh jutaan orang. Pemasang iklan tidak harus membayar banyak uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklannya. Sekarang pemasang iklan dapat membuat konten sendiri yang menarik dan dilihat banyak orang.<sup>33</sup>

#### 1. Fungsi Media Sosial

Pada perannya saat ini, media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut.<sup>34</sup>

- a. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

---

<sup>31</sup> Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri, Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan, *Buletin Psikologi*, Volume 25 No. 1, ISSN: 2528-5858, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2017), hlm. 37. Diambil dari: <https://journal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/22759>. Diakses tanggal 24 Juli 2021. Jam 05.21 WIB.

<sup>32</sup> Prysmdana Dwiyono, Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Dailymanly), *Skripsi*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2018), hlm. 7. Diambil dari <http://eprints.umm.ac.id/43080/> Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 05.29 WIB.

<sup>33</sup> Prysmdana Dwiyono....hlm. 8. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 05.43 WIB.

<sup>34</sup> Prysmdana Dwiyono....hlm. 8. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 05.55 WIB.



- b. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- c. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audiens ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audiens.

Selain itu, terdapat juga pendapat lain menurut Puntoadi sebagaimana dikutip oleh Dwiyono, pengguna media sosial berfungsi sebagai berikut.<sup>35</sup>

- a. Keunggulan membangun personal branding melalui media sosial adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audienslah yang menentukan. Berbagai media sosial menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- b. Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal, serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam.

## 2. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki ciri-ciri yang tidak lepas dari berbagai ciri-ciri dari media sosial yang banyak digunakan hingga saat ini. Berikut beberapa karakteristik yang terdapat pada media sosial.<sup>36</sup>

### a. Partisipasi

Mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga dapat mengaburkan batas antara media dan audiens.

---

<sup>35</sup> Prysmadana Prysmadana Dwiyono, Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Dailymanly), *Skripsi*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2018), hlm. 9. Diambil dari <http://eprints.umm.ac.id/43080/>. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 06.10 WIB.

<sup>36</sup> Prysmadana Dwiyono....hlm. 9. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 06.15 WIB.

b. Keterbukaan

Kebanyakan dari media sosial yang terbuka bagi umpan balik dan juga partisipasi melalui sarana-sarana voting, berbagi dan juga komentar. Terkadang batasan untuk mengakses dan juga memanfaatkan isi pesan.

c. Perbincangan

Selain itu, kemungkinan dengan terjadinya perbincangan ataupun pengguna secara dua arah.

d. Keterhubungan

Mayoritas dari media sosial tumbuh dengan subur lantaran terjadi suatu kemampuan yang dapat melayani keterhubungan antara pengguna, melalui suatu fasilitas tautan (links) ke website, sumber informasi dan bagi pengguna-pengguna lainnya.

3. Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Puntoadi sebagaimana dikutip oleh Dwiyono, terdapat beberapa macam jenis media sosial, yaitu sebagai berikut.<sup>37</sup>

a. Bookmarking

Bookmarking memberikan sebuah kesempatan untuk meshare link dan tag yang diminati. Hal demikian bertujuan agar setiap orang dapat menikmati yang kita sukai.

b. Wiki

Sebagai situs yang memiliki macam-macam karakteristik yang berbeda, misalnya situs knowledge sharing, wikitravel yang memfokuskan sebagai suatu informasi pada suatu tempat.

c. Flickr

Situs yang dimiliki yahoo, yang menghususkan sebuah image sharing dengan contributor yang ahli pada setiap bidang fotografi di seluruh dunia. Flickr menjadikan sebagai photo catalog yang setiap produknya dapat dipasarkan.

---

<sup>37</sup> Prysmadana Dwiyono, Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Dailymanly), *Skripsi*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2018), hlm. 11-13. Diambil dari <http://eprints.umm.ac.id/43080/> Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 06.26 WIB.

d. Creating opinion

Media sosial tersebut memberikan sarana yang dapat untuk berbagi opini dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui media sosial tersebut, semua orang dapat menulis jurnal, sekaligus sebagai komentator.

e. Jejaring sosial

Melalui situs-situs konten sharing tersebut orang-orang menciptakan berbagai media dan juga publikasi untuk berbagi kepada orang lain. Berikut beberapa contoh dari aplikasi media sosial tersebut.

- 1) WhatsApp : merupakan aplikasi pesan lintas platform sejak kemunculannya tahun 2009 hingga saat ini, yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena menggunakan data internet. Menggunakan WhatsApp kita dapat dengan mudah untuk berinteraksi melalui pesan teks maupun suara dan hingga saat ini dilengkapi dengan fitur video call, yangmana kita dapat bertatap muka ketika telpon.
- 2) Facebook : layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada februari 2004 oleh Mark Zuckerberg ini memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif dan lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam untuk mengaksesnya. Disini pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan teman, bertukar pesan serta berbagi informasi.
- 3) Instagram : Instagram adalah platform aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, mengedit, menerapkan filter digital, dan mengunggahnya dengan berbagai fitur, seperti kolom komentar, dan fitur DM atau Direct Message yang memungkinkan penggunanya untuk bertukar pesan.
- 4) TikTok : Sebuah jejaring sosial dan platform video music asal Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. Aplikasi ini memperbolehkan para pemakai untuk membuat video music pendek mereka sendiri.

- 5) Twitter : Layanan jejaring sosial dan microblog daring yang hampir serupa dengan facebook, yang memungkinkan penggunaanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 280 karakter. Didirikan pada maret 2006 oleh Jack Dorsey.

Menurut data yang dihimpun we are social, di bulan Januari 2021 media sosial yang sering diakses di Indonesia yaitu *WhatsApp* menempati urutan pertama dengan lama diakses 30,8 jam/bulan, *Facebook* menempati urutan kedua dengan lama diakses 17,0 jam/bulan, *Instagram* menempati urutan ketiga dengan lama diakses 17,0 jam/bulan, *TikTok* menempati urutan keempat dengan lama diakses 13,8 jam/bulan, *Twitter* menempati urutan kelima dengan lama diakses 8,1 jam/bulan.<sup>38</sup> Oleh karena hal tersebut, sangat menarik dikaji lebih dalam lagi terkait motif penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa yang menggunakan kelima media sosial seperti di atas.

#### **D. Perkembangan Media Sosial**

Awalnya pada tahun 1997 media sosial lahir berbasiskan kepercayaan, namun mulai dari tahun 2000-an hingga sekarang media sosial mulai diminati semua orang hingga mencapai masa kejayaannya. Perkembangan media sosial membuat kinerja lebih cepat, tepat, dan akurat sehingga dapat meningkatkan produktivitas yang dihasilkan. Adapun media sosial yang sering digunakan pada saat ini adalah WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, dan media sosial yang lainnya.<sup>39</sup> Salah satu pengguna media sosial sekarang adalah mahasiswa, karena dengan menggunakan media sosial mahasiswa dengan mudah berkomunikasi jarak dekat maupun jarak jauh tanpa harus bertemu. Media sosial bagi para mahasiswa merupakan hal yang tidak hanya sebagai

<sup>38</sup> Data ini diambil dari: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari-?page=all#page2>. Diakses tanggal 24 Juli 2021. Jam: 06.43 WIB.

<sup>39</sup> Jain Rahman, Pengaruh Media Sosial Bagi Proses Belajar Siswa, *Artikel Pranata Komputer*, ISSN: 2477-5657, (Banjarmasin: Kanwil Kemenag Kalsel, 2015). Diambil dari: <https://kalsel.kemenag.go.id/artikel/34987/Artikel-Pranata-Komputer>. Diakses tanggal 26 Juli 2021. Jam 19.57 WIB.

tempat memperoleh informasi menarik, tapi juga sudah menjadi kebutuhan hidup. Banyak mahasiswa yang ingin dianggap mengikuti trend dengan memiliki akun media sosial. Bagi mahasiswa biasanya media sosial digunakan untuk mengekspresikan diri, menunjukkan segala tentang dirinya kepada banyak orang terutama teman-temannya, dan media sosial juga bisa untuk mendapatkan uang.<sup>40</sup>

Pesatnya perkembangan media sosial dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Media sosial juga sudah menjadi faktor penting interaksi bagi manusia. Ditambah lagi dengan munculnya *smartphone* yang menyediakan layanan internet dengan provider yang murah untuk mengakses media sosial tanpa biaya besar, tanpa alat mahal, dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna media sosial dengan bebas mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model konten lainnya. Media sosial sedikit demi sedikit membawa kita ke suatu pola budaya yang baru dan mulai menentukan pola pikir kita. Media sosial dapat membuat seseorang menjadi ketergantungan terhadap media sosial.<sup>41</sup>

## E. Teori Kebutuhan

Teori kebutuhan adalah teori yang menggagas bahwa tingkah laku manusia pada hakikatnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Husdarta sebagaimana dikutip oleh Nasution, teori kebutuhan merupakan salah satu teori dari teori motivasi.<sup>42</sup> Menurut Hamzah B. Uno sebagaimana dikutip oleh Nasution, mengatakan bahwa istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang menyebabkan individu tersebut berbuat atau bertindak.<sup>43</sup> Sedangkan, pengertian motivasi adalah

---

<sup>40</sup> Jain Rahman, Pengaruh Media Sosial Bagi Proses Belajar Siswa, *Artikel Pranata Komputer*, ISSN: 2477-5657, (Banjarmasin: Kanwil Kemenag Kalsel, 2015). Diambil dari: <https://kalsel.kemenag.go.id/artikel/34987/Artikel-Pranata-Komputer>. Diakses tanggal 26 Juli 2021. Jam 20.11 WIB.

<sup>41</sup> Jain Rahman.... Diakses pada 26 Juli 2021. Jam 20.55 WIB.

<sup>42</sup> Chairunnisa Nasution, Motif Penggunaan Akun Instagram @Lambenyinyir, *Skripsi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2018), hlm. 25. Diambil dari: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6420>. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 06.53 WIB.

<sup>43</sup> Chairunnisa Nasution....hlm. 25. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 06.55 WIB.

dorongan yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya. Hubungan yang erat antara motif dan motivasi membuat kedua hal tersebut tidak dapat dipisahkan.<sup>44</sup>

Menurut Abraham Maslow sebagaimana dikutip oleh Nasution, menjelaskan mengenai teori motivasi manusia sebagai hirarki manusia. Motivasi tersebut tersusun berdasarkan kebutuhan dasar manusia, dimana setiap jenjang yang telah relatif terpenuhi maka akan ke jenjang berikutnya. Kebutuhan dasar manusia mencakup lima tingkatan, yaitu empat jenjang *basic needs* atau kebutuhan dasar dan satu jenjang berupa *being needs* atau kebutuhan berkembang.<sup>45</sup>

#### F. Teori *Uses And Gratifications*

Menurut Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Guerevitch sebagaimana dikutip oleh Juraman, *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.<sup>46</sup> Teori *Uses And Gratifications* merupakan salah satu yang paling terkenal diantara teori-teori lainnya pada bidang komunikasi massa. Teori ini menggunakan pendekatan yang berfokus terhadap khalayak atau audiens bukan pada bagaimana cara media mengubah sikap dan perilaku khalayak atau audiens. Teori ini mencoba menjelaskan bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial audiens dan seberapa besar media dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial audiens. Audiens bebas memilih

---

<sup>44</sup> Chairunnisa Nasution, *Motif Penggunaan Akun Instagram @Lambenyinyir, Skripsi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2018), hlm. 25. Diambil dari: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6420>. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 06.57 WIB.

<sup>45</sup> Chairunnisa Nasution....hlm. 26. Diakses pada 24 Juli 2021. Jam 07.00 WIB.

<sup>46</sup> Stefanus Rodrick Juraman, *Pemanfaatan Smartphone Android Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Mengakses Informasi Edukatif, Acta Diurna Komunikasi*, Volume 3 No. 1, (Manado: Universitas Sam Ratulangi, 2014). Diambil dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/4493/4022>. Diakses pada 6 Juli 2021. Jam 23.38 WIB.

media yang mereka inginkan. Sehingga sasarannya adalah audiens yang secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda dalam mengkonsumsi media.<sup>47</sup> Dengan berangkat dari teori tersebut, masyarakat sebagai pihak yang aktif dalam menentukan media memiliki permasalahan utama yaitu bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayaknya.<sup>48</sup>

Teori dan pendekatan *uses and gratifications* tidak mencakup keseluruhan proses komunikasi karena teori ini lebih kepada pelaku *audience*, yang hanya dijelaskan melalui kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interest*) mereka sebagai suatu fenomena mengenai proses penerimaan (pesan media). Pendekatan *uses and gratifications* ditujukan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu.<sup>49</sup> Teori *uses and gratifications* melihat manusia sebagai konsumen media yang memiliki kebebasan dan wewenang dalam memperlakukan media yang digunakan. Manusia bebas memutuskan bagaimana, lewat media mana, khalayak menggunakan media, dan bagaimana media tersebut berdampak pada diri masing-masing individu.<sup>50</sup> Menurut *Schramm* dan *Potter* sebagaimana dikutip oleh Nasution, menjelaskan dengan formula tentang teori *uses and gratifications* dapat digambarkan seperti berikut ini:

$$\frac{\text{Janji Imbalan}}{\text{Upah yang diperlukan}} = \text{Probabilitas Seleksi}$$

Gambar 2.1 Formula Teori *Uses and Gratifications*<sup>51</sup>

<sup>47</sup> Humaizi, *Use And Gratifications Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm. 11.

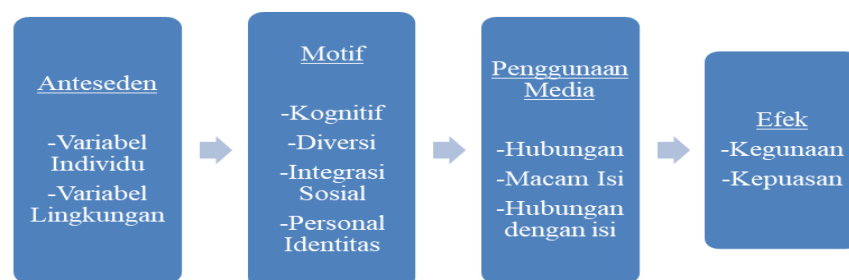
<sup>48</sup> Mohamad Abdul Hanif, Mengkombinasikan Dakwah Dengan Budaya Sebagai Langkah Meningkatkan Antusiasme Masyarakat, *Al-Iman Jurnal keislaman dan kemasyarakatan*, Volume 2 No. 1, (Madura: LP3M STIDAR, 2018), hlm. 34. Diambil dari: <http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/aliman/article/view/3200/2371>. Diakses tanggal 7 Juli 2021. Jam: 00.13 WIB.

<sup>49</sup> Chairunnisa Nasution, Motif Penggunaan Akun Instagram @Lambenyinyir, *Skripsi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2018), hlm. 26. Diambil dari: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6420>. Diakses pada 7 Juli 2021. Jam 00.30 WIB.

<sup>50</sup> Chairunnisa Nasution....hlm. 27-28. Diakses pada 7 Juli 2021. Jam 01.00 WIB.

<sup>51</sup> Chairunnisa Nasution....hlm. 28. Diakses pada 7 Juli 2021. Jam 01.30 WIB.

Janji atau imbalan disini bisa didapatkan dengan cepat atau imbalan yang tertunda, imbalan disini artinya pemenuhan kebutuhan khalayak. Upaya yang dilakukan dalam memenuhi kebutuhan tergantung tersedia atau tidaknya media serta kemudahannya dalam memanfaatkan media tersebut, dengan begitu kita akan mendapatkan probabilitas seleksi dari penggunaan media massa tersebut. Menurut Katz sebagaimana dikutip oleh Nasution, logika yang mendasari pendekatan mengenai *uses and gratifications* yaitu kondisi sosial psikologis seseorang menyebabkan adanya kebutuhan yang menciptakan harapan terhadap media massa maupun sumber-sumber lain, yang menghasilkan perbedaan pola penggunaan media yang kemudian menghasilkan pemenuhan kebutuhan dan konsekuensi yang tidak diharapkan sebelumnya.<sup>52</sup> Sebagai tambahan, pendekatan *uses and gratifications* sering memasukkan unsur motif untuk memuaskan kebutuhan dan alternatif fungsional dalam memenuhi kebutuhan. *Uses and gratifications* bekerja berdasarkan sebab akibat pada pengguna, dimana terdapat variabel yang menjadi penyebab atau *independent variable* atau anteseden dan variabel akibat atau *dependent variable*. Adapun model kerja *uses and gratifications* yang dikemukakan dalam bukunya Kriyantono yang dikutip oleh Nasution seperti berikut.<sup>53</sup>



Gambar 2.2 Model *Uses and Gratifications*

<sup>52</sup> Chairunnisa Nasution, Motif Penggunaan Akun Instagram @Lambenyinyir, *Skripsi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2018), hlm. 28-29. Diambil dari: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6420>. Diakses pada 7 Juli 2021. Jam 02.00 WIB.

<sup>53</sup> Chairunnisa Nasution....hlm. 29. Diakses pada 7 Juli 2021. Jam 02.35 WIB.



Adapun pengertian dari gambar 6, model *uses and gratifications* yang dikemukakan dalam Kriyantono sebagai berikut<sup>54</sup>:

1. Antecedent dalam penelitian *uses and gratifications* terbagi menjadi dua, yaitu:
  - a. Variabel individu: terdiri dari data geometris seperti usia, jenis kelamin dan faktor-faktor psikologis komunikasi. Contoh variabel individu dalam penelitian ini adalah data-data pengguna *smartphone* mulai dari jenis kelamin pengguna serta usia pengguna dan lainnya.
  - b. Variabel lingkungan: seperti organisasi, sistem sosial, dan struktur sosial. Para pengguna *smartphone* yang berasal dari struktur sosial tertentu.
2. Orientasi motif terbagi menjadi empat bagian dengan menyebutkan contoh orientasi motif, yaitu:
  - a. Orientasi kognitif: seperti kebutuhan informasi, *surveillance*, atau eksplorasi realitas. Orientasi kognitif dalam hal ini meliputi motif informasi : pengguna dikatakan memiliki motif informasi apabila mereka mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat di sekitarnya, mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia, mencari bimbingan terkait berbagai masalah ataupun pendapat, dan dapat memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.
  - b. Personal diversi: kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan. Bisa bersantai dengan mengisi waktu luang, menyalurkan emosi, mendapatkan hiburan ataupun kesenangan, dan dapat melepaskan diri dari permasalahan.
  - c. Identitas personal: menggunakan isi media untuk memperkuat sesuatu yang penting dalam kehidupan. Memperoleh nilai lebih sebagai

---

<sup>54</sup> Chairunnisa Nasution, Motif Penggunaan Akun Instagram @Lambenyinyir, *Skripsi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2018), hlm. 29-32. Diambil dari: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6420>. Diakses pada 7 Juli 2021. Jam 03.00 WIB.

- mahasiswa, dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media, dan dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa itu sendiri.
- d. Integrasi sosial: memperoleh pengetahuan yang berkaitan dengan empati sosial, dapat menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa, dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain, serta adanya keinginan untuk dekat dan dihargai oleh orang lain.
3. Penggunaan media adalah bagaimana pengguna media tersebut melihat penggunaan media massa. Adapun dimensinya sebagai berikut:
    - a. Hubungan: untuk melihat hubungan pengguna dengan media massa kita dapat melihatnya dari jumlah waktu yang digunakan dalam menggunakan media seperti durasi waktu dan frekuensi penggunaan media.
    - b. Macam isi: yaitu jenis konten dan isi media yang dikonsumsi, apa informasi yang dimuat pada media tersebut.
    - c. Hubungan dengan isi: berbagai hubungan individu sebagai konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi ataupun media secara keseluruhan.
  4. Efek media dapat dikatakan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberi informasi atau pengetahuan untuk tercapainya kepuasan-kepuasan konsumen media.

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti mahasiswa, dalam hal ini (khalayak) memilih media sosial. Dari hal tersebut membuat peneliti berpikir bahwa dalam persoalan penggunaan dan pemilihan media, maka teori *Uses and gratifications* yang cocok sebagai landasan untuk penelitian ini. Karena penelitian ini berfokus pada motif penggunaan media komunikasi massa, yaitu media sosial untuk pemenuhan kebutuhan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

##### 1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati menggunakan logika ilmiah.<sup>55</sup> Pendekatan kualitatif bukan sama sekali tidak menggunakan bantuan data kuantitatif, melainkan penekanannya pada cara-cara berfikir formal dan argumentatif dalam menjawab pertanyaan penelitian. Banyak juga penelitian kualitatif yang merupakan penelitian sampel kecil.<sup>56</sup>

##### 2. Jenis Penelitian

Peneliti memilih menggunakan jenis penelitian deskriptif, karena jenis penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan karakteristik populasi atau bidang tertentu dengan tepat.<sup>57</sup> Data terkait fenomena penggunaan *smartphone* sebagai eksistensi diri yang terjadi akan dikumpulkan semata-mata bersifat deskriptif sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi, maupun mempelajari implikasi, demi memudahkan dipahami dan disimpulkan.<sup>58</sup>

#### B. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini adalah dilaksanakan sejak 30 Juni 2021 sampai 30 Agustus 2021.

---

5. <sup>55</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar, 2016), hlm.

<sup>56</sup> Saifuddin Azwar....hlm. 5-6.

<sup>57</sup> Saifuddin Azwar....hlm.7.

<sup>58</sup> Saifuddin Azwar....hlm.7.

## C. Subyek dan Obyek Penelitian

### 1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah seseorang yang akan membantu memberikan keterangan berupa informasi yang dibutuhkan dalam penelitian mengenai situasi, kondisi, dan fenomena yang sedang dialami.<sup>59</sup> Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa KPI 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

### 2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah kumpulan komponen yang akan diteliti, dapat berupa orang, organisasi, ataupun barang.<sup>60</sup> Obyek dalam penelitian ini yaitu fenomena penggunaan *smartphone* sebagai eksistensi diri oleh mahasiswa KPI 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

## D. Sumber Data

### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber asli yang berupa informasi dari narasumber, dokumen, maupun sumber pendukung lainnya.<sup>61</sup> Sumber data primer dalam penelitian ini adalah berdasarkan pernyataan dan perilaku dari subjek yang diteliti yaitu mahasiswa KPI 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sebuah hasil dari penggunaan sumber-sumber pendukung lain yang berkaitan dengan penelitian, namun tidak dijadikan sebagai dokumen utama dalam kebutuhan peneliti.<sup>62</sup> Sumber sekunder dalam penelitian ini berupa literatur yang berkaitan dengan objek penelitian, dapat berasal dari skripsi, jurnal, website, buku,

---

<sup>59</sup> M. Fitrah, Luthfiyah. *Metode Penelitian, Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. (Sukabumi: CV Jejak, 2017), hlm. 152.

<sup>60</sup> J. Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi Jilid 1 edisi keenam*, (Jakarta: Erlangga, 2000), hlm. 21.

<sup>61</sup> Winarno Surakhmad, *Pengantar Ilmiah: Dasar, Metoda, dan Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1994), hlm, 134.

<sup>62</sup> Winarno Surakhmad....hlm, 134.

dan lain-lain yang memiliki informasi penting dan dibutuhkan dalam penelitian ini.

## E. Metode Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>63</sup> Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan *googleform* untuk menentukan narasumber.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah pertukaran informasi dan ide dalam pertemuan antara peneliti dengan narasumber melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.<sup>64</sup> Wawancara ini bertujuan memperoleh informasi secara mendalam yang dibutuhkan peneliti. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan jenis wawancara yang bebas dan tidak tersusun secara sistematis dan lengkap. Wawancara yang dilakukan hanya garis besar permasalahan saja yang akan ditanyakan.<sup>65</sup> Wawancara dalam penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa prodi KPI 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, majalah, notulen, agenda, dan sebagainya.<sup>66</sup>

---

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 199.

<sup>64</sup> Sugiyono....hlm. 317.

<sup>65</sup> Sugiyono....hlm. 197.

<sup>66</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 231.

Dokumen yang dikumpulkan diantaranya data mahasiswa prodi KPI 2019 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

## F. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.<sup>67</sup> Analisis data dibagi menjadi beberapa bagian, antara lain sebagai berikut.

### 1. Reduksi Data

Mereduksi data yaitu merangkum, meringkas, dan memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal penting, dicari tema dan polanya kemudian membuang yang tidak perlu.<sup>68</sup>

### 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan mengorganisasikan data kemudian menyusun data dalam pola hubungan sehingga mudah dipahami.<sup>69</sup>

### 3. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan adalah temuan baru yang sebelumnya belum ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih kurang jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, bisa juga hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.<sup>70</sup>

---

<sup>67</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 334.

<sup>68</sup> Sugiyono....hlm. 338.

<sup>69</sup> Sugiyono....hlm. 341.

<sup>70</sup> Sugiyono....hlm. 345.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Umum Mahasiswa Prodi KPI Angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) berusaha memadukan ilmu komunikasi dengan penyiaran dan dakwah Islam. Dengan adanya program studi KPI ini bertujuan melahirkan sarjana yang menguasai teknologi informasi dan komunikasi dalam menyiarkan serta mendakwahkan nilai-nilai Islam.<sup>71</sup> Lulusan KPI diharapkan memiliki tujuh kompetensi utama yaitu menguasai landasan dasar dan filosofis dakwah, menguasai materi-materi pokok keislaman dan kemasyarakatan, menguasai metodologi dakwah, menguasai jurnalistik, penerbitan, dan percetakan, menguasai metode dan teknik penyiaran, menguasai bentuk-bentuk penyiaran, dan menguasai karakteristik masyarakat.<sup>72</sup> Program studi KPI angkatan 2019 memiliki 3 kelas yaitu kelas A, B, dan C dengan jumlah total 130 mahasiswa. Data tersebut peneliti dapatkan dari Fakultas Dakwah.

Fakultas Dakwah merupakan salah satu fakultas yang dimiliki oleh Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, di samping Fakultas Tarbiyah, Syariah, Ekonomi dan Bisnis, serta Fakultas Ushuludin, Adab dan Humaniora. Fakultas Dakwah memiliki 4 program studi yaitu, Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Program Studi Manajemen Dakwah, dan Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam. Mahasiswa dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Dalam menggunakan *smartphone* mahasiswa menggunakan paket internet dengan masa berlaku yang berbagai macam, seperti harian, mingguan,

---

<sup>71</sup> <https://www.academicindonesia.com/komunikasi-dan-penyiaran-islam>. Diakses tanggal 12 Juli 2021. Jam: 02.00 WIB.

<sup>72</sup> Tim Penyusun, *Panduan Akademik IAIN Purwokerto 2019-2020*, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019), hlm. 199.

atau bulanan tergantung uang yang dimiliki mahasiswa. Sedangkan saat di kampus mereka memanfaatkan fasilitas *wifi* yang dimiliki, meskipun kecepatannya masih kurang stabil, kadang cepat kadang juga lambat, dan *wifi* belum menjangkau semua area kampus. Ketika di kelas dan ada tugas dari dosen, *smartphone* sangat bermanfaat untuk mengakses informasi yang mahasiswa butuhkan. Dikarenakan aktifitas dan kebutuhan mahasiswa yang cukup padat, sehingga penggunaan *smartphone* pun berbeda-beda. Diantaranya yaitu untuk mencari materi perkuliahan, berjualan secara online, menonton film atau video, mendengarkan musik, bermain game, dan untuk eksistensi diri di media sosial.

Penggunaan *smartphone* memiliki dampak positif dan negatif yang ditimbulkan, dampak positifnya adalah komunikasi menjadi efisien, mudah, dan cepat, pengetahuan tentang teknologi bertambah, dan jangkauan persahabatan menjadi luas, sedangkan dampak negatifnya antara lain kecanduan, bahaya untuk kesehatan, rawan tindak kejahatan yang terjadi, boros, dan lain-lain. Ada beberapa motif yang melatarbelakangi mahasiswa menggunakan *smartphone*, diantaranya yaitu motif pengawasan, motif kognitif, motif afektif, motif konatif, motif hiburan, motif menghabiskan waktu, motif interaksi sosial, motif mencari informasi, motif melarikan diri dari kepenatan, dan lain-lain.<sup>73</sup>

## B. Profil Informan

Peneliti akan memberikan gambaran secara umum mengenai profil keempat informan yang telah diwawancarai untuk penelitian ini. Masing-masing informan telah mengisi kuesioner di *google form* yang peneliti bagikan di grup kelas masing-masing informan. Berdasarkan kuesioner tersebut, yang mengisi ada 28 mahasiswa, namun hanya keempat informan yang sesuai

---

<sup>73</sup> Dedi Rianto Rahadi, Zainal, Perilaku Pengguna Smartphone di Palembang, *Annual Research Seminar(ARS)*, Volume 1 No. 1, ISBN: 979-587-573-6, (Palembang: Universitas Bina Darma, 2015), hlm. 162. Diambil dari: <http://seminar.ilkom.unsri.ac.id/index.php/ars/article/view/54/221>. Diakses tanggal 25 Februari 2020. Jam: 02.57 WIB.



kriteria peneliti yaitu memiliki smartphone, menggunakan whatsapp, facebook, instagram, tiktok, dan twitter. Keempat informan merupakan mahasiswi UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri dengan jurusan yang sama dan satu angkatan, karena peneliti hanya meneliti mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019. Wawancara dilakukan pada tanggal 11 Juli sampai 14 Juli 2021. Semua informan dalam penelitian bersedia disebutkan namanya, adapun informan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Informan

No	Keterangan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4
1.	Nama	Dwi Jayanti	Kamilatus Sa'adah	Feni Farikha	Sofi
2.	Tempat, Tanggal Lahir	Bekasi, 6-01- 2001	Cilacap, 4- 04-2001	Cilacap, 20- 02-2001	Ciamis, 26- 09-1999
3.	Jurusan/ Program Studi	Komunikasi dan Penyiaran Islam	Komunikasi dan Penyiaran Islam	Komunikasi dan Penyiaran Islam	Komunikasi dan Penyiaran Islam
4.	Kelas	4 KPI B	4 KPI C	4 KPI A	4 KPI B
5.	Umur	20	20	20	21
6.	Anak ke... dari...	2 dari 3	1 dari 2	2 dari 4	1 dari 4
7.	Hobi	Jalan-jalan	Menonton film	Jalan-jalan Makan	Tidur Halu Shopping Membaca

8.	Ciri Fisik	tinggi 160cm, berat badan 59kg, berkulit kuning langsar, hidung tidak terlalu mancung	tinggi 158cm, berat badan 51kg, berkulit sawo matang, hidung pesek, ada tahi lalat di bawah hidung, memakai kacamata	tinggi 170cm, berkulit sawo matang, kurus, mata sipit, hidung tidak mancung	tinggi 146cm, berat badan 47kg, berkulit tidak putih banget dan tidak hitam banget, bulu mata tidak lentik tidak panjang, alis rapih, hidung tidak pesek tidak mancung
9.	Suku	Jawa	Jawa	Jawa	Sunda
10.	Agama	Islam	Islam	Islam	Islam

Sumber: Peneliti (2021)

#### 1. Dwi Jayanti

Dwi Jayanti merupakan informan pertama yang peneliti wawancara, dikarenakan situasi dan kondisi yang sedang pandemi, wawancara dilakukan melalui whatsapp. Dwi Jayanti atau biasa dipanggil Dwi beralamat di Tambun Selatan, Bekasi. Anak kedua dari tiga bersaudara yang lahir di Bekasi, 6 Januari 2001 dan beragama Islam. Perempuan berusia 20 tahun ini memiliki tinggi 160cm, berat badan 59kg, berkulit kuning langsung, hidung tidak terlalu mancung, bersuku jawa, namun besar di lingkungan betawi. Dwi adalah seorang mahasiswa di UIN Prof K.H.

Saiffudin Zuhri dengan program studi KPI angkatan 2019, kelas 4 KPI B memiliki hobi jalan-jalan.<sup>74</sup>

## 2. Kamilatus Sa'adah

Kamilatus Sa'adah merupakan informan kedua yang peneliti wawancara, dikarenakan situasi dan kondisi yang sedang pandemi, wawancara dilakukan melalui whatsapp. Kamilatus Sa'adah atau biasa dipanggil Mila beralamat di Jln. SoekarnoHatta, Rt 04 Rw 01, desa Menganti, kecamatan Kesugihan, kabupaten Cilacap, dan sekarang mondok di Pondok Pesantren Ath-Thohiriyah. Anak pertama dari dua bersaudara yang lahir di Cilacap, 4 April 2001 dan beragama Islam. Perempuan berusia 20 tahun ini memiliki tinggi 158cm, berat badan 51kg, berkulit sawo matang, hidung pesek, ada tahi lalat di bawah hidung, memakai kacamata, dan bersuku jawa. Mila adalah seorang mahasiswi di UIN Prof K.H. Saiffudin Zuhri dengan program studi KPI angkatan 2019, kelas 4 KPI C memiliki hobi menonton film.<sup>75</sup>

## 3. Feni Farikha

Feni Farikha merupakan informan ketiga yang peneliti wawancara, dikarenakan situasi dan kondisi yang sedang pandemi, wawancara dilakukan melalui whatsapp dan bertemu langsung karena sedang berada di Purwokerto. Feni Farikha atau biasa dipanggil Feni beralamat di Jln. Sawah Contoh, Karangasem, Sampang, Cilacap dan sekarang mondok di Pondok Pesantren Darul Falah, Kedungwuluh, Purwokerto Barat. Anak kedua dari empat bersaudara yang lahir di Cilacap, 20 Februari 2001 dan beragama Islam. Perempuan berusia 20 tahun ini memiliki tinggi 170cm, berkulit sawo matang, kurus, mata sipit, hidung tidak mancung, dan bersuku jawa. Feni adalah seorang mahasiswi di UIN Prof K.H. Saiffudin Zuhri dengan program studi KPI angkatan 2019, kelas 4 KPI A memiliki hobi jalan-jalan dan makan.<sup>76</sup>

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Dwi melalui whatsapp pada tanggal 11 Juli 2021

<sup>75</sup> Wawancara dengan Mila melalui whatsapp pada tanggal 11 Juli 2021

<sup>76</sup> Wawancara dengan Feni di tempat makan Anakabe Sumampir pada tanggal 11 Juli 2021

#### 4. Sofi

Sofi merupakan informan keempat yang peneliti wawancara, dikarenakan situasi dan kondisi yang sedang pandemi, wawancara dilakukan melalui whatsapp. Sofi beralamat di Dusun Cihideung, desa Ciganjeung, Rt 01 Rw 07, Masjid At Thuba, kabupaten Pangandaran, Padaherang, Jawa Barat. Anak pertama dari empat bersaudara yang lahir di Ciamis, 26 September 1999 dan beragama Islam. Perempuan berusia 21 tahun ini bertubuh pendek dengan tinggi 146cm, berat badan 47kg, berkulit tidak putih banget dan tidak hitam banget, bulu mata tidak lentik tidak panjang, alis rapih, hidung tidak pesek tidak mancung, bersuku sunda namun ada titisan jawa sedikit dari leluhur mamah, dan intinya stok terakhir makhluk tuhan paling cantik, manis, imut, limited edition tuturnya saat diwawancara. Sofi adalah seorang mahasiswi di UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri dengan program studi KPI angkatan 2019, kelas 4 KPI B memiliki hobi banyak yaitu tidur, halu, shopping ketika punya uang, membaca.<sup>77</sup>

### C. Data Penelitian

#### 1. Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Dalam perkembangannya, teknologi sangat bermanfaat untuk mensejahterakan umat manusia. Salah satu kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yaitu adanya *smartphone*. *Smartphone* merupakan inovasi terbaru di bidang teknologi dengan memiliki kemampuan serta fitur-fitur lebih baik dan mempunyai fungsi lebih praktis dan juga lebih berguna. Beberapa tahun terakhir penggunaan *smartphone* telah meluas ke seluruh dunia, tanpa terkecuali di Indonesia. Dengan penggunaan *smartphone* yang telah meluas, maka penyiaran informasi dan berkomunikasi pun menjadi lebih mudah, lengkap, dan murah, maksudnya

---

<sup>77</sup> Wawancara dengan Sofi melalui whatsapp pada tanggal 11 Juli 2021

yaitu kebutuhan masyarakat akan berkomunikasi dan informasi dapat terpenuhi, mudah dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi.

Peneliti telah membagikan kuesioner melalui *google form* sebelum melakukan penelitian dan menemukan beberapa mahasiswa KPI angkatan 2019 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri yang terbukti memiliki *smartphone* dan 5 media sosial, yaitu *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dan *twitter*. Keempat informan yang peneliti wawancarai seluruhnya adalah pengguna *smartphone* dan juga pengguna aktif 5 media sosial, yaitu *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dan *twitter*. Informan 1 menggunakan *smartphone* sejak tahun 2020 awal, informan 1 menggunakan *smartphone* karena didasari oleh kebutuhan modern. Jenis *smartphone* yang digunakan informan 1 adalah android dengan merk *Oppo* yang harganya sekitar diatas 2 juta rupiah.<sup>78</sup> Informan 2 menggunakan *smartphone* sejak Mts namun lebih berguna sejak SMA, informan 2 menggunakan *smartphone* karena kebutuhan, apalagi sekarang serba *online*, kuliah pun *online* yang membutuhkan *smartphone*. Jenis *smartphone* yang digunakan informan 2 adalah android dengan merk *Redmi* yang harganya di atas 2 juta rupiah.<sup>79</sup> Informan 3 menggunakan *smartphone* sejak 2014, informan 3 mengaku menggunakan *smartphone* karena penting banget untuk berkomunikasi dan apalagi sekarang untuk apa-apa menggunakan *smartphone*, seperti kuliah, sekolah yang membutuhkan *smartphone*. Jenis *smartphone* yang digunakan informan 3 adalah android dengan merk *Oppo* yang harganya sekitar kurang dari 2 juta rupiah.<sup>80</sup> Informan 4 menggunakan *smartphone* sudah sekitar 4-5 tahun, informan 4 menggunakan *smartphone* karena kebutuhan dan untuk kuliah. Jenis *smartphone* yang digunakan informan 4 adalah android dengan merk *Oppo* yang harganya lebih dari 2 juta rupiah.<sup>81</sup>

---

<sup>78</sup> Wawancara dengan Dwi melalui whatsapp pada tanggal 11 Juli 2021

<sup>79</sup> Wawancara dengan Mila melalui whatsapp pada tanggal 11 Juli 2021

<sup>80</sup> Wawancara dengan Feni di tempat makan Anakabe Sumampir pada tanggal 11 Juli 2021

<sup>81</sup> Wawancara dengan Sofi melalui whatsapp pada tanggal 11 Juli 2021

Setiap orang yang memiliki *smartphone* sudah dipastikan dapat mengakses media sosial. Karena hal tersebutlah yang mengubah cara berkomunikasi ataupun interaksi di era yang serba digital seperti sekarang. Selain sebagai media berkomunikasi, *smartphone* juga digunakan untuk mengakses media sosial. Informan 1 mengatakan bahwa selain menggunakan *smartphone*, dia juga menggunakan media sosial *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dan *twitter* dengan alasan kebutuhan sosial, dan dapat mengembangkan diri dari konten yang bermanfaat. Informan 2 mengaku bahwa penggunaan *smartphone* paling banyak untuk media sosial *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dan *twitter* dengan alasan berkomunikasi, dan untuk sekarang *facebook*, *ig*, *tiktok* hanya untuk hiburan. Informan 3 mengatakan selain menggunakan *smartphone*, dia juga menggunakan media sosial *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dan *twitter* dengan alasan berkomunikasi sehari-hari menggunakan *whatsapp*, dan *facebook* untuk mengupload foto dan cerita-cerita sehari-hari jadi bisa untuk kenangan, *instagram* hampir sama seperti *facebook* dan bisa untuk hiburan, *tiktok* juga untuk hiburan supaya kebahagiaannya bertambah, dan *twitter* untuk curhat-curhat. Informan 4 menggunakan media sosial *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dan *twitter* dengan alasan karena ingin saja. Berikut jawaban masing-masing informan tentang mengapa menggunakan media sosial *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dan *twitter*.

Informan 1: “karena kebutuhan sosial, dan dapat mengembangkan diri dari konten yang bermanfaat”<sup>82</sup>

Informan 2: “tapi paling banyak penggunaan buat media sosial, karena lebih untuk berkomunikasi si mas, tapi kalo sekarang facebook, ig, tiktok paling buat sekedar scroll aja, hiburan gitu”<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> Wawancara dengan Dwi melalui whatsapp pada tanggal 11 Juli 2021

<sup>83</sup> Wawancara dengan Mila melalui whatsapp pada tanggal 11 Juli 2021

Informan 3: “kalo whatsapp itu karena kebutuhan ya, karena berkomunikasi menggunakan wa sehari-harinya itu, dan facebook untuk mengupload foto dan cerita-cerita gitulah dari kehidupan sehari-hari jadi bisa untuk kenangan, instagram hampir sama seperti facebook namun lebih banyak penggunaannya dan bisa untuk hiburan, tiktok juga untuk hiburan, kan kata orang-orang kalo liat tiktok itu kebahagiaannya bertambah, kalo twitter biasanya untuk curhat-curhat yang hanya untuk kita sendiri”<sup>84</sup>

Informan 4: “menggunakan media sosial karena ingin”<sup>85</sup>

Peneliti mengamati jawaban dari keempat informan, berdasarkan keempat pernyataan mereka, memperlihatkan bahwa mereka memang menggunakan media sosial karena membutuhkan dan kebutuhan setiap orang berbeda-beda.

Dari sekian banyak penggunaannya, mahasiswa juga menunjukkan eksistensi diri menggunakan fitur media sosial yang ada di *smartphone*, seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *whatsapp*, *tiktok*. Penggunaan *smartphone* untuk eksistensi diri juga dilakukan oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. Informan 1 mengatakan bahwa ada yang menggunakan *smartphone* dan media sosial sebagai eksistensi diri ada yang tidak, tergantung pemahaman individu masing-masing, dan informan 1 menambahkan alasan menggunakan media tersebut sebagai eksistensi diri karena tak ada media lain. Informan 2 mengatakan setuju bahwa menggunakan *smartphone* dan media sosial merupakan upaya menunjukkan eksistensi diri karena secara tidak sengaja ingin mengikuti tren segala macam yang ada di media sosial. Informan 2 menambahkan alasan menggunakan *smartphone* sebagai media eksistensi diri karena mudah

---

<sup>84</sup> Wawancara dengan Feni di tempat makan Anakabe Sumampir pada tanggal 11 Juli 2021

<sup>85</sup> Wawancara dengan Sofi melalui whatsapp pada tanggal 11 Juli 2021

digunakan, gampang dibawa kemana-mana. Informan 3 mengatakan setuju bahwa menggunakan *smartphone* dan media sosial merupakan upaya menunjukkan eksistensi diri karena kita bisa upload foto ke media sosial tersebut itu menunjukkan bahwa kita itu ada, kita update status dan orang-orang jadi tahu kita. Informan 3 menambahkan alasan menggunakan *smartphone* sebagai media eksistensi diri karena *smartphone* alat komunikasi paling simple dan paling praktis serta mudah dibawa kemana-mana. Informan 4 mengatakan bisa jadi menggunakan *smartphone* dan media sosial merupakan upaya menunjukkan eksistensi diri karena lewat media sosial lebih gampang, tinggal upload kasih hashtag sebanyak-banyaknya. Berikut jawaban masing-masing informan tentang eksistensi diri menggunakan fitur media sosial yang ada di *smartphone*.

Informan 1: “Ada bisa ada enggak, tergantung pemahaman individu masing-masing, kadang individu make sosmed sekedar hiburan dan tidak untuk mengekspos diri. Dan saya termasuk yang menggunakan media sosial untuk eksistensi diri dan hiburan. Alasan menggunakan *smartphone* sebagai media eksistensi diri kan gaada media lain selain hp.”<sup>86</sup>

Informan 2: “Oke, menurut saya si iya karena secara tidak sengaja ingin mengikuti tren segala macam yang ada di medsos. Instagram contohnya, biar ngga dibilang ketinggalan zaman gitu, tapi ya kembali ke diri sendiri mau ngikutin tren atau tidak. Menggunakan *smartphone* sebagai media eksistensi diri karena mudah digunakan, gampang dibawa kemana-mana. Kalo pake PC atau laptop kan ga praktis aja gitu, rata-rata kan kebanyakan orang juga pake *smartphone* juga daripada media yang lain.”<sup>87</sup>

---

<sup>86</sup> Wawancara dengan Dwi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>87</sup> Wawancara dengan Mila melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021



Informan 3: “iya, ya kita bisa upload foto ke media sosial tersebut itu menunjukkan bahwa kita itu ada, kita update status dan orang-orang jadi tahu kita. Karena *smartphone* alat komunikasi paling simple dan paling praktis serta mudah dibawa kemana-mana, seperti itu mas.”<sup>88</sup>

Informan 4: “bisa jadi menggunakan *smartphone* dan media sosial merupakan upaya menunjukkan eksistensi diri karena lewat *smartphone* dan media sosial lebih gampang, tinggal upload kasih hashtag sebanyak-banyaknya.”<sup>89</sup>

Dari hasil mengamati keempat pernyataan mereka, maka peneliti berhasil mengungkap alasan dan tujuan para informan menggunakan fitur media sosial yang ada di *smartphone*. Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa informan 1, 2, dan 3 menggunakan *smartphone* dan media sosial bertujuan untuk menunjukkan eksistensi dirinya ataupun keberadaan mereka. Sedangkan informan 4 memberikan pernyataan yang rancu yaitu, bisa jadi.

## 2. Motif Mahasiswa KPI Angkatan 2019 Dalam Menggunakan Media Sosial

Pada data we are social menunjukkan bahwa di Indonesia bulan Januari 2021 media sosial yang sering diakses yaitu *WhatsApp* menempati urutan pertama dengan lama diakses 30,8 jam/bulan, *Facebook* menempati urutan kedua dengan lama diakses 17,0 jam/bulan, *Instagram* menempati urutan ketiga dengan lama diakses 17,0 jam/bulan, *Tiktok* menempati urutan keempat dengan lama diakses 13,8 jam/bulan, *Twitter* menempati

<sup>88</sup> Wawancara dengan Feni melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>89</sup> Wawancara dengan Sofi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

urutan kelima dengan lama diakses 8,1 jam/bulan.<sup>90</sup> Mahasiswa adalah salah satu pengguna *smartphone* di Indonesia. Mahasiswa yaitu orang yang sedang menempuh pendidikan setelah tamat dari SMA/ sederajat di perguruan tinggi. Mahasiswa seakan tak bisa jauh dari *smartphone*, baik dalam berkomunikasi ataupun kebutuhan sehari-hari.

Pada penelitian ini, hal tersebutlah yang ingin dikaitkan dengan motif. Motif apakah yang mendasari mahasiswa untuk menggunakan *smartphone* dan media sosial, mengingat *smartphone* dan media sosial memiliki dampak negatif. Dan karena dalam penelitian ini cakupan subjek peneliti hanya sebatas mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, maka peneliti penting untuk mengetahui motif apa yang sebenarnya mendasari mahasiswa UIN Saizu dalam menggunakan *smartphone* dan media sosial. Pada penelitian ini, peneliti telah berhasil mewawancarai keempat informan yang berstatus sebagai mahasiswa UIN Saizu dan keempatnya adalah pengguna *smartphone* dan media sosial.

Tabel 4.2 Motif Mahasiswa KPI dalam Menggunakan Media Sosial

No	Keterangan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4
1.	Frekuensi				
	a. Waktu khusus mengakses media sosial	Enggak ada	Kalau senggang, tapi kalau libur bisa dari pagi	Tidak ada	Sebelum tidur
	b. Intensitas mengakses media sosial	Ga ngitungin	21 kali kira-kira	7 kali	Setiap hari

<sup>90</sup> Data ini diambil dari: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari-?page=all#page2>. Diakses tanggal 15 Juli 2021. Jam: 01.20 WIB.

	dalam seminggu				
	c. Update status dalam sehari	Lebih dari 3 kali	2 kali	3 kali	Tergantung mood
	d. Durasi waktu menggunakan smartphone	Tergantung bosennya, gak nentu, se mood nya, kemarin 14 jam	8 jam sehari	5 jam	17 jam
2.	Durasi dalam sehari untuk melihat konten	Gak nentu, se mood nya	3 jam	5 jam	17 jam, kalo lagi jarang 7 jam
3.	Motif Kognitif				
	a. Mengakses media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju
	b. Kebutuhan informasi apa yang didapatkan	Ilmu yang random	Lonjakan covid	Fashion, quotes	Cara untuk love self
4.	Motif Diversi				
	a. Mengakses media sosial	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju

	untuk hiburan				
	b. Media sosial yang digunakan mencari hiburan	TikTok	Facebook, Instagram, TikTok	Instagram, TikTok	Instagram, TikTok, Twitter
5.	Motif Integrasi Sosial				
	a. Melakukan interaksi dengan netizen lainnya sesama pengguna media sosial	Iya melakukan interaksi	Iya melakukan interaksi	Tergantung, terkadang saya melakukan interaksi	Iya melakukan interaksi
	b. Cara melakukan interaksi	Chat melalui whatsapp	Chat melalui media sosial	Chat, telfon, berbalas komen status	Lewat pesan chat
6.	Motif Personal Identitas				
	a. Merasa menjadi netizen dengan menggunakan <i>smartphone</i>	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju

	dan media sosial				
	b. <i>Smartphone</i> dan media sosial untuk menunjukkan eksistensi diri	Setuju	Setuju	Setuju	Bisa jadi
7.	Pemenuhan Kebutuhan				
	a. Kebutuhan komunikasi dan informasi terpenuhi	Terpenuhi	Terpenuhi	Terpenuhi	Tidak terpenuhi sepenuhnya
	b. Hal yang didapat setelah menjadi pengguna media sosial	Wawasan dari konten yang dilihat	Banyak kalo dari segi manfaatnya, mau cari informasi apa aja itu mudah dan cepat, tinggal buka google, youtube, ig, dll. Kalo berkomunikasi lebih enak	Wawasan, relasi, cara berfashion, lebih terbuka pikirannya	Uang, popularitas, dan kebahagiaan

Sumber: Peneliti (2021)

Penggunaan *smartphone* dalam akses media sosial terkadang untuk update status, juga memiliki durasi waktu dalam sehari, waktu khusus, dan intensitas membuka media sosial yang berbeda-beda tiap orangnya,

tergantung kebutuhan si pengguna. Informan 1 menyatakan bahwa tergantung bosennya, melihat status random, intensitas tidak menghitung. Informan 2 menyatakan kira-kira 8 jam, paling banyak update status di wa 2 kali sehari, konten video tutorial-tutorial, video lucu, arsitektur rumah, style. Intensitasnya kira-kira 21 kali dalam seminggu, 3 jam sehari, biasanya buka media sosial waktu senggang. Informan 3 menyatakan bahwa paling sering menggunakan whatsapp, tiktok sehari kisaran 5 jam, dan paling sering whatsapp, tiktok, instagram. Update status jarang, kadang sehari 3 kali, konten yang dilihat seperti hiburan, yang menginspirasi, online shop, mukbang. Informan 3 juga menambahkan tidak memiliki waktu khusus dalam menggunakan *smartphone*, karena menggunakan *smartphone* setiap saat untuk kuliah dan untuk mengakses media sosial, intensitas membuka media sosial 7 kali dalam seminggu, dan durasi melihat konten dalam sehari kira-kira 5 jam. Informan 4 menyatakan kira-kira 8 jam sehari, paling banyak update status di wa 2 kali sehari, konten yang dilihat video tutorial-tutorial, video lucu, arsitektur rumah, style, intensitas membuka media sosial setiap hari. Berikut adalah jawaban tiap informan mengenai update status, durasi waktu, jenis konten yang dilihat, dan intensitas membuka media sosial.

Informan 1: “tergantung bosennya, kemaren 14 jam dominan wa, tiktok. Ig, fb, twt jarang. Kalo wa biasanya untuk komunikasi, tiktok nyari hiburan/ilmu random, ig udah ga terlalu menarik disbanding tiktok, fb sama twt biasanya aku buka ensiklopedia yang dominan ngutarain pendapat atau fakta-fakta menarik, tapi jarang buka. Snap wa saya setiap hari bisa bikin lebih dari 3 tapi cuma ke temen deket. Udah 6 bulan ngga pernah post foto di ig, yang lain ga pernah bikin status. Melihat snap random, sekedar aktivitas yang

bisa di snap. Intensitas ga ngitungin mas, ga nentu se mood nya.”<sup>91</sup>

Informan 2: “wkwk ngga pernah ngitung saya, kira-kira ya 8 jam lah sehari tapi ngga setiap hari gitu, tergantung penggunaan. Kalau update status paling banyak 2 kali si, itupun di wa story, kalo di ig jarang banget paling sebulan sekali atau dua bulan sekali, males kalo ngga ada stok foto yang bagus ngga bakal upload hehe. Kalo tiktok saya pernah dua kali tapi udah lama banget dan sekarang belum upload lagi. Kalo twitter nunggu mood dulu biasanya mas hehe, kalo lagi pengen curhat atau nyari yang lagi trending saya kadang liat twitter. Kalo di facebook sekarang udah ngga pernah.”<sup>92</sup>

Informan 3: “seringnya si whatsapp ya, hampir setiap saat menggunakan whatsapp, tikok ya 1 hari paling 5 jam karena kalo gabut tiktok, kalo lagi ngapain juga tiktok, media sosial yang lain kurang dari 1 jam. Lebih sering wa sama tiktok si, update status tergantung si, sebenarnya jarang update status ya. Kalo lagi banyak kegiatan 3 kali sehari, kalo ngga ada kegiatan ya sehari ngga update status. Konten yang dilihat seperti hiburan, yang mengispirasi, terus olshop-olshop gitu, mukbang. Tidak ada waktu khusus, tetapi saya menggunakan smartphone itu setiap saat, karena digunakan untuk kuliah juga, dan pastinya mengakses media sosial, menggunakan media sosial dalam seminggu ya berkali-kali, ya 7 kali apa ya, ga ngitungin juga si, dan paling jarang

---

<sup>91</sup> Wawancara dengan Dwi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>92</sup> Wawancara dengan Mila melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

twitter sama facebook. Sehari melihat konten kira-kira 5 jam.”<sup>93</sup>

Informan 4: “fb sebulan paling sekali atau dua kali atau gak sama sekali, wa sekitar 17/24 jam, tiktok akhir-akhir ini jarang, paling seminggu sekali/ 2-3 jam, twitter 17/24 jam, Instagram 17/24 jam. Update status tergantung mood, biasanya kalo BTS up bisa sampe titik-titik statusnya, kalo BTS ga up biasanya jarang pajang status, sama sebulan sekali pasti update dagangan aksesoris. Jenis konten yang dicari hiburan, waktu khusus menggunakan *smartphone* dan mengakses media sosial sebelum tidur kayanya. Intensitas membuka media sosial setiap hari, dalam sehari melihat konten di media sosial 17/24 jam, kalo lagi jarang paling 7/24 jam.”<sup>94</sup>

Peneliti mengamati jawaban dari keempat informan, berdasarkan keempat pernyataan mereka, dapat disimpulkan bahwa mereka update status, durasi waktu, jenis konten yang dilihat, dan intensitas membuka media sosial beragam, dan sama sama media sosial yang jarang digunakan facebook. Informan 1 dan 3 dominan wa, tiktok. Informan 2 dominan wa. Informan 4 dominan wa, twitter, ig.

Keempat informan dalam penelitian peneliti ini tentunya menggunakan *smartphone* dan media sosial didasari oleh beberapa motif, salah satunya adalah motif kognitif. Motif kognitif adalah motif kebutuhan akan informasi. Berikut adalah pengakuan lengkap keempat informan.

Informan 1: “memperoleh informasi akan ilmu random.”<sup>95</sup>

Informan 2: “karena dengan adanya media sosial kebutuhan informasi dan komunikasi bisa dilakukan dengan

<sup>93</sup> Wawancara dengan Feni melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>94</sup> Wawancara dengan Sofi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>95</sup> Wawancara dengan Dwi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021



cepat. Misalnya saya butuh informasi tentang lonjakan covid missal. Saya bisa langsung cari tahu dari Instagram atau twitter resmi dari pusat.<sup>96</sup>

Informan 3: “karena fungsi dari media sosial tersebut banyak hal-hal yang dapat kita cari dalam media tersebut. Saya mendapatkan wawasan, relasi, lebih bisa berfashion, mengetahui info-info terbaru, dan lebih terbuka pikirannya karena melihat quotes-quotes yang menginspirasi.”<sup>97</sup>

Informan 4: “tidak setuju, karena media sosial bukan segalanya. Tidak setiap informasi yang ada di media sosial itu akurat.”<sup>98</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas mengenai motif kognitif, peneliti menyimpulkan bahwa para informan umumnya setuju bahwa mereka menggunakan *smartphone* dan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Namun informan 4 tidak setuju, karena tidak setiap informasi di media sosial akurat.

Berlanjut ke motif diversifikasi. Motif diversifikasi ialah motif kebutuhan akan hiburan, dan untuk mengetahui apakah keempat dari informan yang menggunakan *smartphone* dan media sosial memang didasari oleh motif diversifikasi. Berikut adalah jawaban lengkap keempat informan mengenai motif diversifikasi.

Informan 1: “kalo wa biasanya untuk komunikasi, dan tiktok nyari hiburan / ilmu random.”<sup>99</sup>

Informan 2: “lebih untuk berkomunikasi aja si mas, tapi kalo sekarang facebook, ig, tiktok paling buat sekedar

---

<sup>96</sup> Wawancara dengan Mila melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>97</sup> Wawancara dengan Feni melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>98</sup> Wawancara dengan Sofi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>99</sup> Wawancara dengan Dwi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

scroll aja, hiburan gitu seperti video tiktok, video lucu.”<sup>100</sup>

Informan 3: “instagram bisa untuk hiburan juga, kalo tiktok juga seperti itu, untuk hiburan. Kan kata orang-orang kalo lihat tiktok itu jadi kebahagiaannya itu bertambah. Saat mengakses media sosial mencari konten-konten seperti hiburan.”<sup>101</sup>

Informan 4: “jenis konten yang dicari hiburan melalui Instagram, tiktok, dan twitter.”<sup>102</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas mengenai motif diversifikasi, peneliti menyimpulkan bahwa para informan umumnya mengaku bahwa mereka mengakses media sosial untuk mencari hiburan. Informan 1, 2, 3, dan 4 sama-sama mengakses media sosial tiktok untuk mendapatkan hiburan tersebut.

Sebagai pengguna *smartphone* dan media sosial, keempat informan juga tentunya didorong oleh motif integrasi sosial. Motif integrasi sosial adalah motif yang berkaitan dengan empati sosial, interaksi juga merupakan bagian dari empati sosial. Dalam penelitian ini, peneliti mengulik mengenai apakah keempat informan melakukan interaksi ke sesama netizen yang juga menggunakan media sosial dan bagaimana cara mereka berinteraksi. Berikut adalah pengakuan dari keempat informan peneliti mengenai motif integrasi sosial.

Informan 1: “ya kaya sama mas aja sama-sama lagi berinteraksi salah satunya, kalo diantara 5 medsos itu yang kaya tiktok, ig dominannya media paling cuma saling share medianya aja.”<sup>103</sup>

---

<sup>100</sup> Wawancara dengan Mila melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>101</sup> Wawancara dengan Feni melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>102</sup> Wawancara dengan Sofi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>103</sup> Wawancara dengan Dwi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

Informan 2: “iya saya berinteraksi dengan mereka, interaksi secara langsung, kalo ngga lagi barengan ya bisa komunikasi lewat medsos gitu mas.”<sup>104</sup>

Informan 3: “ya tergantung mas, terkadang saya berinteraksi dengan teman saya yang menggunakan 5 media sosial tersebut, ya meskipun kami mempunyai 5 media sosial tersebut. Kami seringnya berinteraksi dengan wa dan instagram, dengan cara chattingan, telfon, komen-komen status, dll.”<sup>105</sup>

Informan 4: “iya, lewat pesan chat”<sup>106</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas mengenai motif integrasi sosial, peneliti menyimpulkan bahwa keempat informan pernah melakukan interaksi kepada netizen lainnya sesama pengguna media sosial. Cara dalam melakukan interaksi tersebut dengan beragam, ada yang melalui pesan chat, telfon, dan berbalas komen kepada netizen lainnya sesama pengguna media sosial.

Keempat informan yang mengikuti akun *smartphone* dan media sosial juga didorong oleh motif personal identitas. Motif personal identitas ialah motif penggunaan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi orang itu sendiri. Dan dalam penelitian ini, peneliti mengulik lebih dalam mengenai motif personal identitas keempat informan mengenai apakah dengan menggunakan *smartphone* dan media sosial, keempat informan merasa menjadi bagian dari netizen. Selain itu, peneliti juga mengulik apakah menggunakan media sosial merupakan upaya menunjukkan eksistensi diri. Berikut adalah jawaban lengkap keempat informan mengenai motif personal identitas.

---

<sup>104</sup> Wawancara dengan Mila melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>105</sup> Wawancara dengan Feni melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>106</sup> Wawancara dengan Sofi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

Informan 1: “netizen aja artinya warga internet, kalo saya pengguna media sosial internet, saya termasuk netizen. Ada bisa ada enggak, tergantung pemahaman individu masing-masing, kadang individu make sosmed sekedar hiburan dan tidak untuk mengekspos diri. Dan saya termasuk yang menggunakan media sosial untuk eksistensi diri dan hiburan. Alasan menggunakan *smartphone* sebagai media eksistensi diri kan gaada media lain selain hp.”<sup>107</sup>

Informan 2: “menurut saya iya menjadi netizen, saya kan juga secara nggak langsung pakai media sosial untuk berkomunikasi, dan aktif setiap hari. Oke, menurut saya si iya untuk eksistensi diri, karena secara tidak sengaja ingin mengikuti tren segala macam yang ada di medsos. Instagram contohnya, biar nggak dibilang ketinggalan zaman gitu, tapi ya kembali ke diri sendiri mau ngikutin tren atau tidak. Menggunakan *smartphone* sebagai media eksistensi diri karena mudah digunakan, gampang dibawa kemana-mana. Kalo pake PC atau laptop kan ga praktis aja gitu, rata-rata kan kebanyakan orang juga pake *smartphone* juga daripada media yang lain.”<sup>108</sup>

Informan 3: “ya tentu saja, karena saya menggunakan media sosial, semua orang yang menggunakan media sosial itu adalah netizen. Iya untuk eksistensi diri, ya kita bisa upload foto ke media sosial tersebut itu menunjukkan bahwa kita itu ada, kita update status dan orang-orang jadi tahu kita. Karena *smartphone*

---

<sup>107</sup> Wawancara dengan Dwi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>108</sup> Wawancara dengan Mila melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

alat komunikasi paling simple dan paling praktis serta mudah dibawa kemana-mana, seperti itu mas.”<sup>109</sup>

Informan 4: “iyah saya merasa menjadi netizen. Bisa jadi menggunakan *smartphone* dan media sosial upaya menunjukkan eksistensi diri karena lewat *smartphone* dan media sosial lebih gampang, tinggal upload kasih hashtag sebanyak-banyaknya.”<sup>110</sup>

Berdasarkan hasil wawancara mengenai motif personal identitas, peneliti menyimpulkan bahwa para informan umumnya merasa setuju bahwa mereka merasa menjadi bagian dari netizen setelah menggunakan media sosial. Peneliti menyimpulkan juga bahwa informan 1, 2, dan 3 menggunakan *smartphone* dan media sosial bertujuan untuk menunjukkan eksistensi dirinya ataupun keberadaan mereka. Sedangkan informan 4 memberikan pernyataan yang rancu yaitu, bisa jadi.

Selanjutnya, peneliti juga mengulik mengenai pemenuhan kebutuhan keempat informan yang menjadi pengguna *smartphone* dan media sosial. Dalam upaya pemenuhan kebutuhan ini, peneliti mengulik tentang apakah keempat informan merasa kebutuhan komunikasi dan informasi terpenuhi. Selain itu, keempat informan mengungkap hal yang mereka dapatkan setelah menjadi pengguna *smartphone* dan media sosial. Berikut adalah jawaban lengkap keempat informan mengenai pemenuhan kebutuhan.

Informan 1: “terpenuhi, memperoleh informasi akan ilmu random. Setelah menjadi pengguna media sosial saya mendapatkan wawasan dari konten yang dilihat.”<sup>111</sup>

Informan 2: “iya terpenuhi, karena dengan adanya media sosial kebutuhan informasi dan komunikasi bisa dilakukan

---

<sup>109</sup> Wawancara dengan Feni melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>110</sup> Wawancara dengan Sofi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>111</sup> Wawancara dengan Dwi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

dengan cepat. Misalnya saya butuh informasi tentang lonjakan covid missal. Saya bisa langsung cari tahu dari instagram atau twitter resmi dari pusat. Kuliah daring kan juga, jadi sudah cukup terpenuhi lah untuk itu. Yang saya dapatkan setelah menjadi pengguna *smartphone* dan media sosial ya banyak kalo dari segi manfaatnya kalo mau nyari informasi apa aja mudah dan cepet, tinggal buka google, youtube, ig, dll. Kalo komunikasinya jadi lebih enak karena kalo lagi berjauhan nggak perlu nyamperin.<sup>112</sup>

Informan 3: “kalo itu jelas terpenuhi ya, karena fungsi dari media sosial tersebut ya untuk berkomunikasi dengan orang lain kita bisa berinteraksi dengan orang yang jauh, mendekatkan yang jauh. Selain itu banyak hal-hal yang dapat kita cari dalam media tersebut. Saya mendapatkan wawasan, relasi, lebih bisa berfashion, mengetahui info-info terbaru, dan lebih terbuka pikirannya karena melihat quotes-quotes yang menginspirasi.”<sup>113</sup>

Informan 4: “tidak sepenuhnya terpenuhi, karena media sosial bukan segalanya, dan ada kalanya media sosial juga menjadikan kita salah paham atas apa yang dikomunikasikan. Tidak setiap informasi yang ada di media sosial itu akurat. Setelah menjadi pengguna *smartphone* dan media sosial saya mendapatkan uang dan popularitas, meski ya gak populer-populer amat, oh satu lagi kebahagiaan”<sup>114</sup>

---

<sup>112</sup> Wawancara dengan Mila melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>113</sup> Wawancara dengan Feni melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

<sup>114</sup> Wawancara dengan Sofi melalui whatsapp pada tanggal 12 Juli 2021

Berdasarkan hasil wawancara diatas mengenai pemenuhan kebutuhan, peneliti menyimpulkan bahwa hanya 3 informan yang terpenuhi kebutuhan komunikasi dan informasi dengan menjadi pengguna media sosial, yaitu informan 1, 2, dan 3. Sedangkan informan 4 mengaku tidak sepenuhnya terpenuhi kebutuhan komunikasi dan informasinya.

#### **D. Pembahasan**

*Smartphone* merupakan inovasi terbaru di bidang teknologi dengan memiliki kemampuan serta fitur-fitur lebih baik dan mempunyai fungsi lebih praktis dan juga lebih berguna. Dengan penggunaan *smartphone* yang telah meluas, maka penyiaran informasi pun menjadi lebih mudah, lengkap, dan murah, maksudnya yaitu kebutuhan masyarakat akan informasi dapat terpenuhi, mudah dalam mendapatkan informasi. Selain itu, setiap orang yang memiliki *smartphone* sudah dipastikan dapat mengakses media sosial, seperti *Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, WhatsApp, Line*, dan sebagainya. Karena hal tersebutlah yang mengubah cara berkomunikasi ataupun interaksi di era yang serba digital seperti sekarang. Dengan fitur media sosial yang ada di *smartphone*, kita dapat mengetahui aktivitas orang lain yang tidak kita kenal dan tidak pernah bertemu sebelumnya. Media sosial seolah tidak memiliki batasan atau kerahasiaan seseorang.

Selain sebagai media berkomunikasi, *smartphone* juga digunakan sebagai media untuk menunjukkan eksistensi diri. Seharusnya dengan perkembangan teknologi yang telah begitu pesat, sangat penting untuk menggunakannya dengan bijak supaya memberikan manfaat. Dari sekian banyak penggunanya, mahasiswa juga menunjukkan eksistensi diri menggunakan fitur media sosial yang ada di *smartphone*, seperti *facebook, twitter, instagram, whatsapp, tiktok, dll*. Penggunaan *smartphone* untuk eksistensi diri juga dilakukan oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. Selain itu, mahasiswa UIN Saizu sebagai pengguna *smartphone* dan media sosial memiliki

pemenuhan kebutuhan yang berbeda-beda tiap individu terhadap *smartphone* dan media sosial.

Hal inilah yang menjadi fokus peneliti dan untuk itu peneliti telah mewawancarai empat orang informan dimana keempatnya adalah mahasiswa KPI angkatan 2019 di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri yang menjadi pengguna *smartphone* dan media sosial. Wawancara telah selesai dilakukan dan telah didapatkan jawaban dari seluruh informan. Setelah mendapatkan hasil wawancara dari informan pertama, kedua, ketiga, dan keempat, peneliti merasa bahwa data yang didapatkan sudah jenuh dan tidak ada lagi hal baru yang peneliti dapatkan sehingga penelitian dihentikan sampai pada informan keempat. Hasil wawancara keempat informan telah dipaparkan dan peneliti menganalisis motif apa yang mendasari keempat informan sehingga mereka menggunakan *smartphone* dan media sosial serta bagaimana respon mahasiswa UIN Saizu yang menjadi informan dalam penelitian ini ketika mereka menggunakan *smartphone* dan media sosial, begitupula dengan pemenuhan kebutuhan mana saja yang terpenuhi oleh mereka.

Keempat informan adalah pengguna *smartphone* dan pengguna aktif media sosial *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, dan *Twitter*. Dalam penelitian ini, wawancara yang peneliti lakukan terhadap keempat informan untuk mengetahui motif mereka dalam menggunakan *smartphone* dan media sosial dilandaskan berdasarkan teori *uses and gratifications* mengenai motif. Kemudian peneliti akan mendeskripsikan mengenai pemenuhan kebutuhan yang dicapai oleh keempat informan terhadap *smartphone* dan media sosial.

Tabel 4.3 Motif Mahasiswa KPI 2019 dalam Pemenuhan Kebutuhan

Informan	Motif Kognitif	Motif Diversi	Motif Integrasi Sosial	Motif Personal Identitas	Pemenuhan Kebutuhan
Informan 1	Mengakses media sosial untuk	Mengakses media sosial untuk	- Melakukan interaksi dengan	- Merasa menjadi bagian dari netizen	- Kebutuhan komunikasi dan informasi



	memenuhi kebutuhan informasi seputar ilmu yang random	memenuhi kebutuhan hiburan	sesama netizen - Cara berinteraksi melalui chat di wa	setelah menggunakan media sosial - Menggunakan <i>smartphone</i> dan media sosial untuk menunjukkan eksistensi diri	dari menggunakan <i>smartphone</i> dan media sosial terpenuhi - Dengan menggunakan <i>smartphone</i> dan media sosial mendapatkan wawasan dari konten yang dilihat
Informan 2	Mengakses media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi lonjakan covid	Mengakses media sosial untuk memenuhi kebutuhan hiburan seperti video di tiktok dan video lucu	- Melakukan interaksi dengan sesama netizen - Cara berinteraksi melalui media sosial	- Merasa menjadi bagian dari netizen setelah menggunakan media sosial - Menggunakan <i>smartphone</i> dan media sosial untuk menunjukkan eksistensi diri	- Kebutuhan komunikasi dan informasi dari menggunakan <i>smartphone</i> dan media sosial terpenuhi - Dengan menggunakan <i>smartphone</i> dan media sosial mendapatkan banyak

					manfaat seperti informasi dan memudahkan komunikasi
Informan 3	Mengakses media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi terbaru, dan mendapatkan wawasan	Mengakses media sosial untuk memenuhi kebutuhan hiburan dari instagram dan tiktok	- Melakukan interaksi dengan sesama netizen - Cara berinteraksi melalui chat di wa, ig, telfon, dan komen status	- Merasa menjadi bagian dari netizen setelah menggunakan media sosial - Menggunakan <i>smartphone</i> dan media sosial untuk menunjukkan eksistensi diri	- Kebutuhan komunikasi dan informasi dari menggunakan <i>smartphone</i> dan media sosial terpenuhi - Dengan menggunakan <i>smartphone</i> dan media sosial mendapatkan wawasan, relasi, cara berfashion, dan lebih terbuka pemikirannya karena melihat quotes-quotes yang menginspirasi

Informan 4	Tidak mengakses media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi karena tidak setiap informasi yang ada di media sosial itu akurat	Mengakses media sosial untuk memenuhi kebutuhan dari instagram, tiktok, dan twitter	- Melakukan interaksi dengan sesama netizen - Cara berinteraksi melalui pesan chat	- Merasa menjadi bagian dari netizen setelah menggunakan media sosial - Bisa jadi menggunakan <i>smartphone</i> dan media sosial untuk menunjukkan eksistensi diri	- Kebutuhan komunikasi dan informasi dari menggunakan <i>smartphone</i> dan media sosial tidak sepenuhnya terpenuhi - Dengan menggunakan <i>smartphone</i> dan media sosial mendapatkan uang karena media sosial juga digunakan untuk berjualan aksesoris, mendapatkan popularitas, dan kebahagiaan.
---------------	---	---	---	---	---

Sumber: Peneliti (2021)

Setiap pengguna *smartphone* dan media sosial yang notabene adalah sebuah alat komunikasi, tentunya dilandaskan oleh motif kognitif yakni motif

akan informasi. Namun, berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada keempat informan, satu diantaranya mengaku bahwa kebutuhan informasinya tidak sepenuhnya terpenuhi karena ada kalanya media sosial menjadikan kita salah paham atas apa yang dikomunikasikan, dan tidak setiap informasi yang ada di media sosial itu akurat. Orang tersebut adalah informan 4. Meskipun demikian, peneliti menyimpulkan bahwa informan dalam penelitian yang peneliti lakukan didorong oleh motif kognitif dalam menggunakan *smartphone* dan media sosial untuk kebutuhan informasi. Karena, dominan dari mereka merasa setuju dengan mengakses media sosial untuk kebutuhan informasi. Menurut penjelasan dari teori *uses and gratifications* mengenai motif kognitif adalah motif kebutuhan akan informasi, seseorang dapat dikatakan memiliki motif kognitif apabila dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat di sekitarnya. Dalam kajian ini, tentunya keempat informan mendapatkan informasi yang beragam melalui *smartphone* dan media sosial yang mereka gunakan.

Keempat informan justru menyetujui bahwa mereka menggunakan media sosial didasari oleh motif diversifikasi. Motif diversifikasi adalah motif kebutuhan akan hiburan. Menurut keempat informan, meskipun media sosial memiliki dampak negatif, namun media sosial adalah jenis media yang menghibur. Masing-masing dari informan memiliki ukuran terhibur yang berbeda tergantung dari konten yang mereka lihat dan sukai. Motif diversifikasi menurut teori *uses and gratifications* adalah kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan. Berdasarkan definisi mengenai motif diversifikasi ini, maka peneliti menyimpulkan bahwa keempat informan menggunakan *smartphone* dan media sosial karena didorong oleh motif diversifikasi. *Smartphone* dan media sosial memberikan hiburan kepada keempat informan dari konten yang ada di media sosial. Keempat informan sama-sama mencari hiburan di media sosial TikTok.

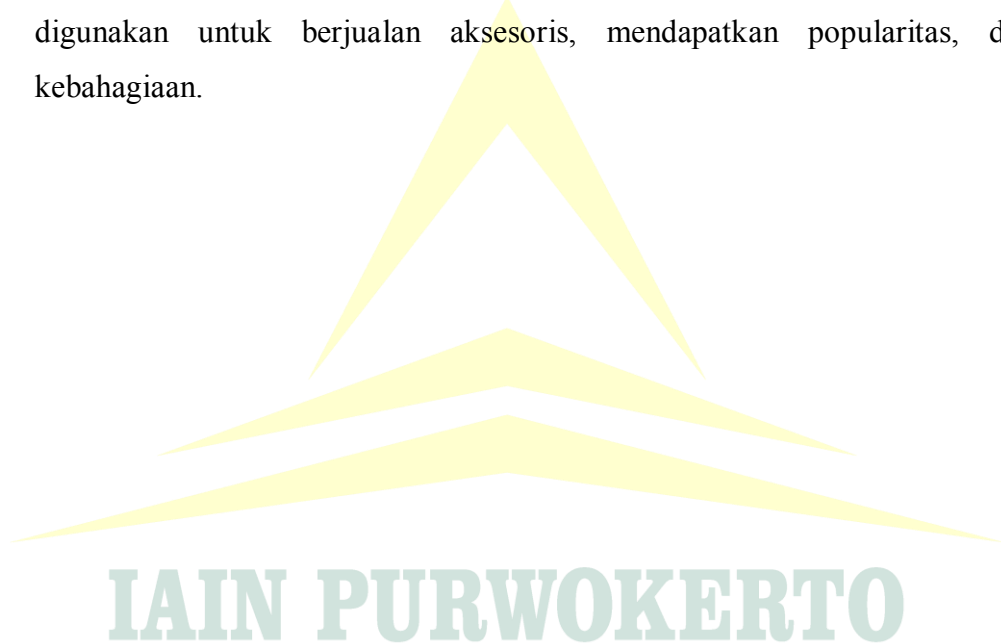
Sebagai pengguna *smartphone* dan media sosial, orang-orang tentunya akan berinteraksi satu sama lain seperti yang disebutkan pada teori *uses and*

*gratifications* mengenai definisi dari motif integrasi sosial yakni motif yang berkaitan dengan empati sosial, dapat menemukan bahan percakapan, dan interaksi sosial dengan orang lain. Keempat informan yang menggunakan *smartphone* dan media sosial juga didorong oleh motif integrasi sosial. Keempat informan mengaku pernah melakukan interaksi kepada sesama pengguna *smartphone* dan media sosial. Keempatnya mempunyai cara untuk berinteraksi yaitu dengan chat melalui media sosial.

Pengguna media sosial tentunya layak disebut sebagai netizen. Netizen adalah istilah yang sering disebutkan bagi pengguna internet. Keempat informan yang menggunakan media sosial ini tentunya disebut sebagai netizen. Keempat informan mengaku bahwa mereka memang merasa menjadi netizen setelah menggunakan media sosial. Berdasarkan definisi mengenai motif personal identitas yang didapat dari teori *uses and gratifications*, motif personal identitas menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi orang itu sendiri. Dalam kajian ini, eksistensi diri tentunya merupakan bagian dari menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau diri seseorang. Sehingga, eksistensi diri dapat dikaitkan kepada seorang pengguna *smartphone* dan media sosial. Informan 1, 2, dan 3 mengaku setuju bahwa mereka menggunakan media sosial untuk menunjukkan eksistensi diri. Sedangkan informan 4 memberikan jawaban yang rancu, yaitu bisa jadi. Meskipun demikian, peneliti menyimpulkan bahwa keempat informan yang menggunakan *smartphone* dan media sosial juga didorong oleh motif personal identitas. Karena, dominan dari mereka merasa menjadi bagian dari netizen dan juga merasa dengan menggunakan media sosial untuk menunjukkan eksistensi.

Keempat informan pengguna *smartphone* dan media sosial tentunya mempunyai pemenuhan kebutuhan yang dicapai akan penggunaan tersebut. Ketiga informan yaitu informan 1, 2, dan 3 mengaku mendapatkan pemenuhan kebutuhan akan komunikasi dan informasi. Sedangkan informan 4 merasa tidak terpenuhi sepenuhnya karena menurutnya media sosial bukan segalanya,

dan ada kalanya media sosial juga menjadikan kita salah paham atas apa yang dikomunikasikan serta tidak setiap informasi yang ada di media sosial itu akurat. Namun, keempat informan mendapatkan sesuatu setelah menjadi pengguna smartphone dan media sosial. Informan 1 mendapatkan wawasan dari konten yang dilihat. Informan 2 mendapatkan banyak manfaat, mau cari informasi apa aja itu mudah dan cepat, tinggal buka google, youtube, ig, dll. Berkomunikasi lebih enak karena kalau lagi berjauhan nggak perlu nyamperin, cepet juga sampenya. Informan 3 mendapatkan wawasan, relasi, cara berfashion, dan lebih terbuka pemikirannya karena melihat quotes-quotes yang menginspirasi. Informan 4 mendapatkan uang karena media sosial juga digunakan untuk berjualan aksesoris, mendapatkan popularitas, dan kebahagiaan.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data menggunakan teori *uses and gratifications* mengenai motif penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa KPI angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri beserta hasil wawancara kepada empat informan mahasiswa KPI angkatan 2019 Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri yang berbeda kelas, yaitu 1 informan kelas A, 2 informan kelas B, dan 1 informan kelas C. Penulis akan mendeskripsikan kesimpulannya sebagai berikut.

Dalam kemajuan teknologi komunikasi dan informasi muncul sebuah alat komunikasi yang baru yaitu *smartphone*. *Smartphone* merupakan inovasi terbaru di bidang teknologi dengan memiliki kemampuan serta fitur-fitur lebih baik dan mempunyai fungsi lebih praktis dan juga lebih berguna. Dengan penggunaan *smartphone* yang telah meluas, maka penyiaran informasi dan berkomunikasi pun menjadi lebih mudah, lengkap, dan murah, maksudnya yaitu kebutuhan masyarakat akan berkomunikasi dan informasi dapat terpenuhi, mudah dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi.

Penggunaan *smartphone* memiliki dampak positif dan negatif yang ditimbulkan. Meskipun memiliki dampak negatif, namun masyarakat tetap menggunakan *smartphone* dengan alasan kebutuhan. Seperti 4 mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 dalam penelitian ini, mereka merupakan contoh yang menggunakan *smartphone*, mereka juga mengetahui dampak positif dan negatif dari *smartphone* namun tetap menggunakannya. Mahasiswa KPI angkatan 2019 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri menggunakan *smartphone* dan 5 media sosial, yaitu *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dan *twitter*.

Motif mahasiswa dalam menggunakan *smarthpone* dan media sosial dipengaruhi oleh dua motif. Yakni motif diversifikasi dan motif personal identitas. Mahasiswa merasa terhibur dengan menggunakan *smartphone* dan melihat

konten yang ada di media sosial. Ketika menggunakan *smartphone* dan media sosial tentunya mahasiswa mempunyai keinginan untuk menunjukkan eksistensi dirinya di media sosial. Selain itu, dengan menggunakan *smartphone* dan media sosial, mahasiswa juga merasa menjadi bagian dari netizen. Terlebih di era digital ini, banyak sekali pengguna *smartphone* dan media sosial yang terus bertambah setiap tahunnya. Hal ini karena harga *smartphone* yang bisa dijangkau semua kalangan, dan sekarang ini dari anak kecil sampai orang tua menggunakan *smartphone* dan media sosial tak terkecuali juga mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri memotivasi mereka untuk melakukan perubahan tingkah laku. Hubungan yang erat antara motif dan motivasi membuat kedua hal tersebut tidak dapat dipisahkan. Pemenuhan kebutuhan yang dicapai mahasiswa dalam menggunakan *smartphone* dan media sosial adalah pemenuhan kebutuhan komunikasi dan informasi yang ada di masyarakat. Pemenuhan kebutuhan informasi merupakan bagian dari motif kognitif yang juga termasuk didalamnya, meskipun *smartphone* dan media sosial tidak dapat dikatakan sebagai satu-satunya sumber informasi, mengingat masih banyak media lain seperti media televisi, media cetak, bahkan media siar.

## **B. Saran**

Adapun beberapa saran yang dapat dipertimbangkan, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi subyek penelitian, yaitu mahasiswa prodi KPI angkatan 2019 UIN Saizu, penulis berharap bahwa dengan kemudahan akses informasi di media sosial bisa di saring dengan baik, dan diambil hikmahnya sebagai pembelajaran, sehingga bisa menjadikan generasi yang cerdas dan tidak termakan informasi *hoax*. Selain itu, memang tak salah menunjukkan eksistensi menggunakan media apapun, termasuk *smartphone* dan media sosial, namun bijaklah dalam menggunakannya, jangan karena ingin viral atau terkenal sehingga melakukan hal-hal negatif.



2. Bagi peneliti selanjutnya, penulis berharap penelitian ini bisa diteliti dengan lebih mendalam menggunakan analisis yang lebih detail lagi, dan penulis juga berharap penelitian ini bisa dijadikan sumber referensi dalam penelitian selanjutnya.

### **C. Penutup**

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang sangat banyak, baik nikmat sehat, rahmat, hidayah serta ridho-Nya sehingga skripsi ini dapat selesai, meskipun dengan berbagai keterbatasan, dan jauh dari kata sempurna. Penulis berharap skripsi ini dapat memberi sumbangsih meskipun tak banyak, dan sebagai referensi di dalam dunia pendidikan serta dapat menambah wawasan dan ilmu bagi pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Aamiin ya rabbal'amin.



**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2016. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Bagus, Lorens. 1996. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dwiyono, Prysmadana. 2018. Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Dailymanly). *Skripsi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. Diambil dari <http://eprints.umm.ac.id/43080/>
- Elvinaro, Ardianto. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Fitrah, M., & Luthfiyah. 2017. *Metode Penelitian, Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ghufron, M.Nur dan Rini Risnawita S. 2012. *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gifary, Sharen dan Iis Kurnia N. 2015. Intensitas Penggunaan Smartphone Terhadap Perilaku Komunikasi. *Jurnal Sositologi*. Volume 14 No. 2, ISSN: 2549-4244. Bandung: Universitas Telkom. Diambil dari: <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/1472>
- Hanif, Mohammad Abdul. 2018. Mengkombinasikan Dakwah Dengan Budaya Sebagai Langkah Meningkatkan Antusiasme Masyarakat. *Al-Iman Jurnal keislaman dan kemasyarakatan*. Volume 2 No. 1. Madura: LP3M STIDAR. Diambil dari: <http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/aliman/article/view/3200/2371>.
- Haqi, Faaizah Nurul. 2019. Hubungan Kontrol Diri Penggunaan Smartphone Dengan Perilaku Cyberbullying Pada Mahasiswa Universitas Padjadjaran. *Skripsi*. Bandung: Universitas Padjadjaran. Diambil dari: <https://repository.unpad.ac.id/frontdoor/index/year/2020/docId/35686>
- Humaizi. 2018. *Use And Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- <https://amp.kompas.com/tekno/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta>

<https://nextren.grid.id/read/012575358/pengguna-internet-indonesia-200-juta-170-juta-suka-main-medsos?page=all>.

<https://romeltea.com/media-baru-pengertian-dan-jenis-jenisnya>

<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari-?page=all#page2>.

<https://www.academicindonesia.com/komunikasi-dan-penyiaran-islam>

Junawan, Hendra dan Nurdin Laugu. 2020. Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram, dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Di Kalangan Masyarakat Virtual Indonesia, *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 4 No. 1, ISSN: 2580-9903. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Diambil dari: [https://baitululum.fah.uinjambi.ac.id/index.php/b\\_ulum/article/view/46/25](https://baitululum.fah.uinjambi.ac.id/index.php/b_ulum/article/view/46/25).

Juraman, Stefanus Rodrick. 2014. Pemanfaatan Smartphone Android Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Mengakses Informasi Edukatif. *Acta Diurna Komunikasi*, Volume 3 No. 1. Manado: Universitas Sam Ratulangi. Diambil dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/4493/4022>.

Mahardika, Innesia. 2017. Fenomena Smartphone Zombie (Aruki Sumaho) Terhadap Pejalan Kaki di Shibuya Crossing Tokyo Jepang. *Skripsi*. Malang: Universitas Brawijaya. Diambil dari <http://repository.ub.ac.id/7823/>

Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri. 2017. Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, Volume 25 No. 1, ISSN: 2528-5858. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada. Diambil dari: <https://journal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/22759>.

Nasution, Chairunnisa. 2018. Motif Penggunaan Akun Instagram @Lambenyinyir. *Skripsi*. Medan: Universitas Sumatera Utara. Diambil dari: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6420>.

Nuraini, Kurnia. 2014. Motivasi Berprestasi Mahasiswa Penyandang Tuna Daksa. *Skripsi*. Surabaya : UINSA.

Pratama, Aldi. 2016. Fenomena Penggunaan Asus Zenfone Di Kalangan Mahasiswa Bandung. *Skripsi*. Bandung: Universitas Pasundan Bandung. Diambil dari <http://repository.unpas.ac.id/1175/>

Rahadi, Dedi Rianto dan Zainal. 2015. Perilaku Pengguna Smartphone di Palembang. *Annual Research Seminar(ARS)*, Volume 1 No. 1, ISBN: 979-587-573-6. Palembang: Universitas Bina Darma. Diambil dari: <http://seminar.ilkom.unsri.ac.id/index.php/ars/article/view/54/221>

Rahman, Jain. 2015. Pengaruh Media Sosial Bagi Proses Belajar Siswa. *Artikel Pranata Komputer*, ISSN: 2477-5657. Banjarmasin: Kanwil Kemenag Kalsel. Diambil dari: <https://kalsel.kemendiknas.go.id/artikel/34987/Artikel-Pranata-Komputer>

Renaldi, Aldi. 2016. *Fenomena Smartphone Sebagai Media Permainan Di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Pasundan*. Skripsi. Bandung: Universitas Pasundan Bandung. Diambil dari <http://repository.unpas.ac.id/1175/>

Roosyidah, Nurul. 2018. Eksistensi Penggunaan Kato Nan Ampek Dalam Komunikasi Antarpersonal (Studi Pada Himpunan Keluarga Sehati Malang). *Skripsi*. Malang: Universitas Muhammadiyah. Diambil dari: <http://eprints.umm.ac.id/40660/>

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Supranto, J. 2000. *Statistik Teori dan Aplikasi Jilid 1 edisi keenam*. Jakarta: Erlangga.

Surakhmad, Winarno. 1994. *Pengantar Ilmiah: Dasar, Metoda, dan Teknik*. Bandung: Tarsito.

Tim Penyusun. 2019. *Panduan Akademik IAIN Purwokerto 2019-2020*. Purwokerto: IAIN Purwokerto

Teviani, Diandra. 2016. Fenomena Pengguna Whatsapp Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung. *Skripsi*. Bandung: Universitas Pasundan Bandung. Diambil dari <http://repository.unpas.ac.id/14775/>.

Wawancara dengan Dwi melalui whatsapp

Wawancara dengan Mila melalui whatsapp

Wawancara dengan Feni di tempat makan Anakabe Sumampir dan melalui whatsapp

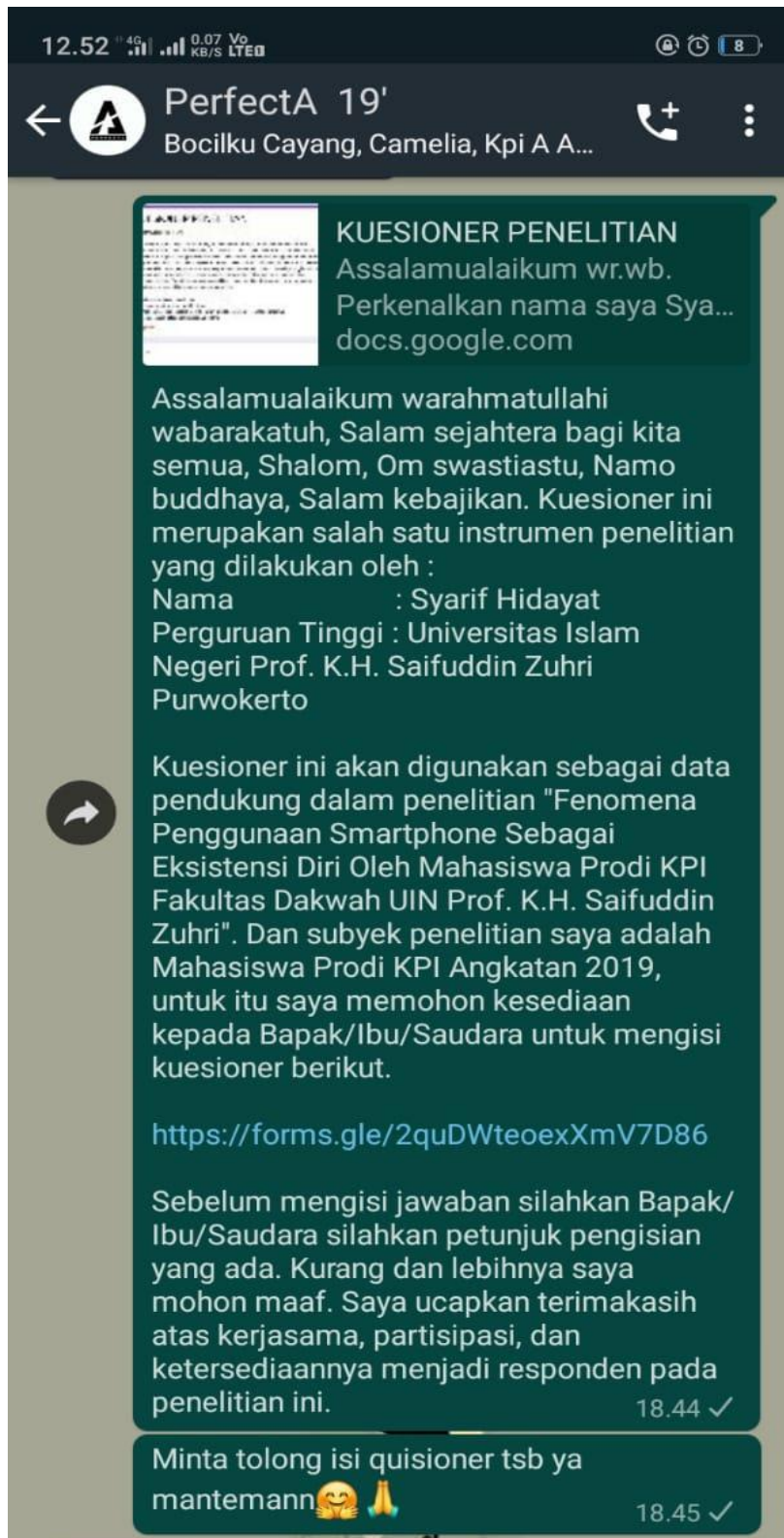
Wawancara dengan Sofi melalui whatsapp

Zamroni, Mohammad. 2009. *Filsafat Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

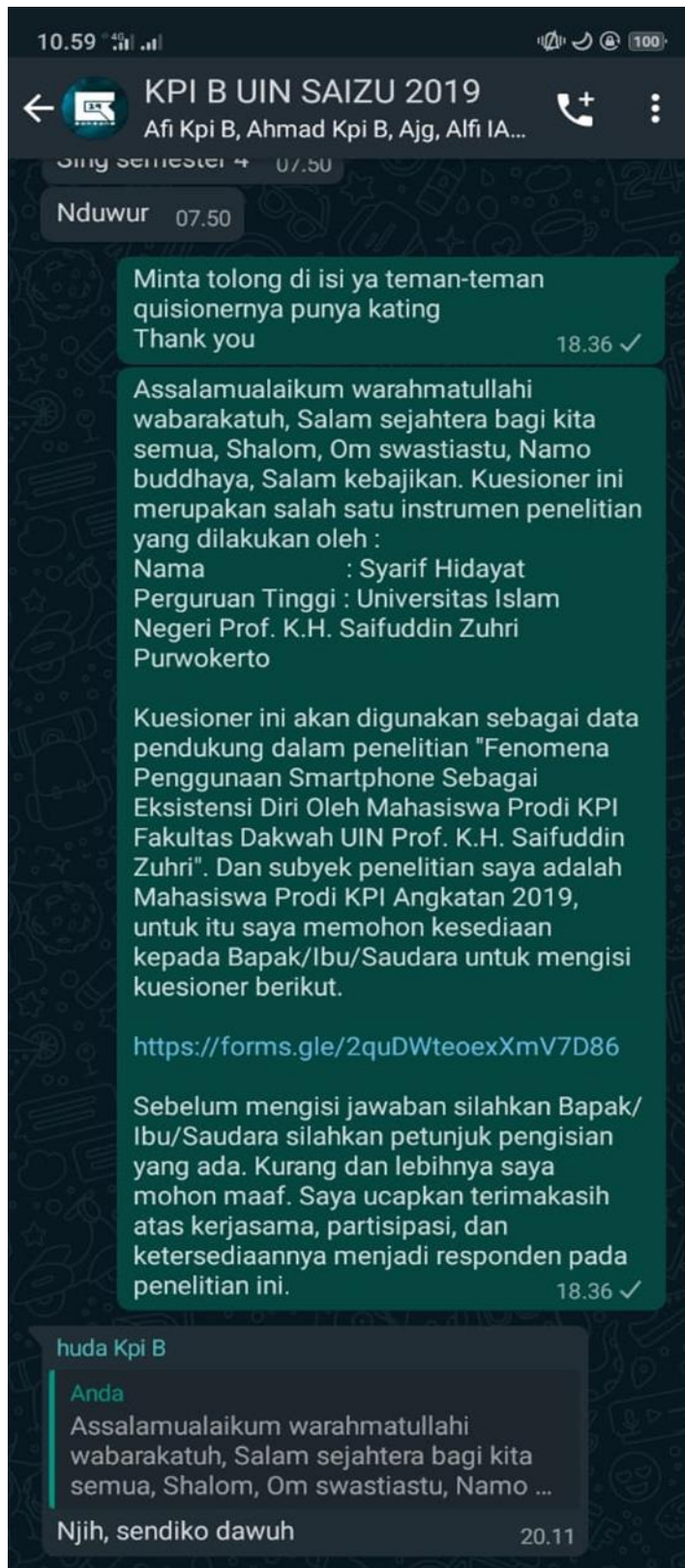
# LAMPIRAN



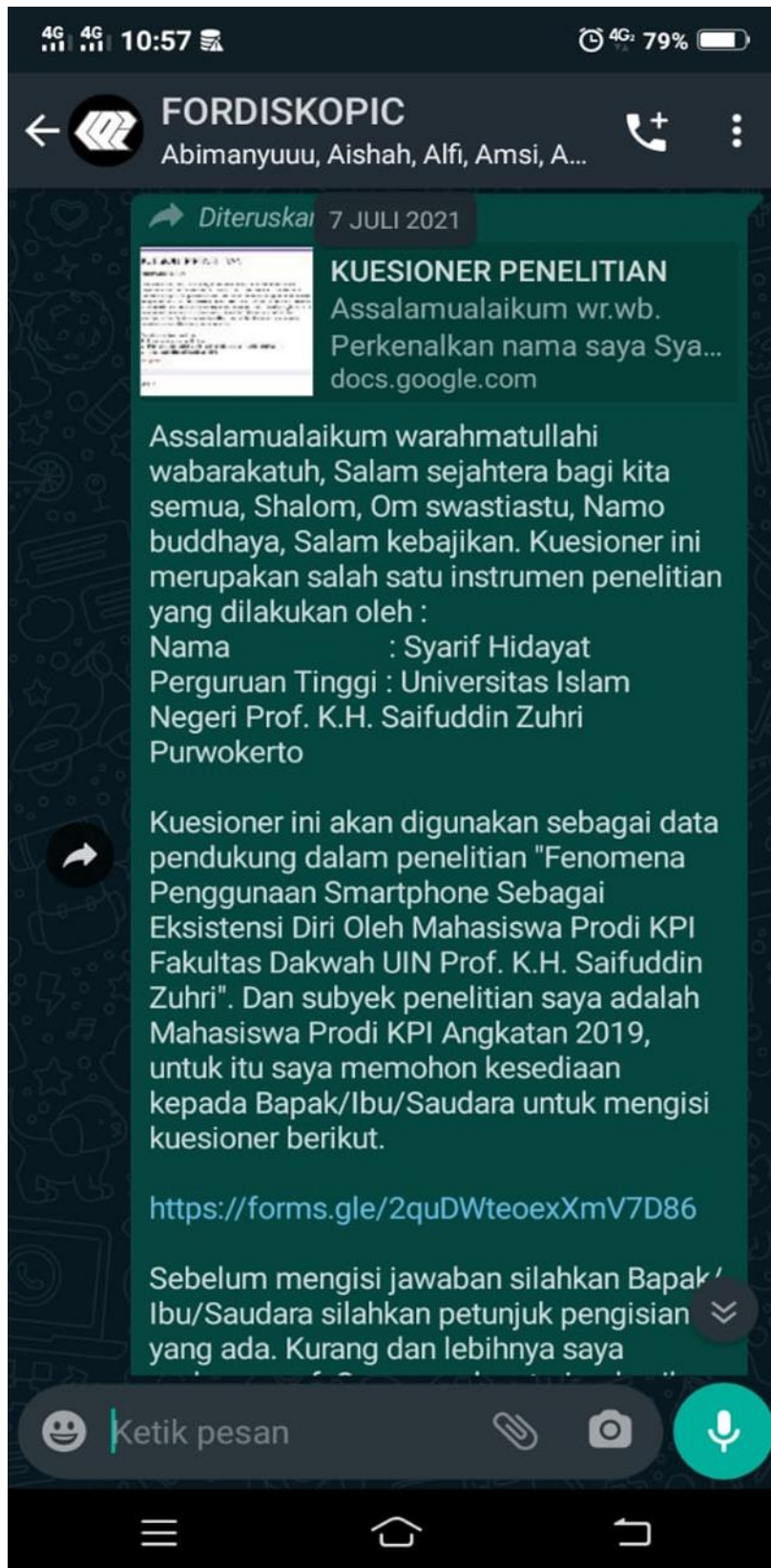
Screenshots Link Kuesioner Dibagikan ke Kelas A



Screenshots Link Kuesioner Dibagikan ke Kelas B



Screenshots Link Kuesioner Dibagikan ke Kelas C





## Screenshots Jumlah Yang Mengisi Kuesioner

21:15 360KB/d

KUESIONER PENELITIAN - Google For

KUESIONER PENELITIAN

Pertanyaan Jawaban 29

29 jawaban

Menerima jawaban

Ringkasan Pertanyaan Individual

Nama

< 1 dari 10 >

Nama

Feni Farikha

2 jawaban

### Daftar Pertanyaan Kuesioner

1. Nama?
2. Umur?
3. Jenis Kelamin?
4. Apakah Anda Mahasiswa KPI Angkatan 2019?
5. Apakah Anda Mempunyai *Smartphone*?
6. Apakah Anda Menggunakan *WhatsApp*? Jika iya silahkan isi nomor *WhatsApp* anda
7. Apakah Anda Menggunakan *Facebook*? Jika iya silahkan isi nama akun anda
8. Apakah Anda Menggunakan *Instagram*? Jika iya silahkan isi nama akun anda
9. Apakah Anda Menggunakan *TikTok*? Jika iya silahkan isi nama akun anda
10. Apakah Anda Menggunakan *Twitter*? Jika iya silahkan isi nama akun anda

Link Kuesioner: <https://forms.gle/2quDWteoexXmV7D86>

Daftar Yang Mengisi Kuesioner Penelitian: 29 (ada 1 orang mengisi 2 kali, jadi total sebenarnya 28 orang)

1. Pandika Adi Putra, email: [pndkadiputra@gmail.com](mailto:pndkadiputra@gmail.com), 19 Tahun, Laki-laki, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 089520068036, Fb: Pandika Adi Putra, Ig: pndkawatt, Tidak mempunyai TikTok, Twitter: pandika\_id
2. **Dwi Jayanti**, email: [dwijayanti61877@gmail.com](mailto:dwijayanti61877@gmail.com), **20 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 089529821312, Fb: Dwi Jayanti, Ig: Dwijynti, TikTok: Calonhajhh, Twitter: Dwijynti6**
3. **Sofi**, email: [sofikamilah26@gmail.com](mailto:sofikamilah26@gmail.com), **21 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 088215986254, Fb: Sofyas26, Ig: Sopi.\_., TikTok: Minji, Twitter: Sopi**
4. Rahmawati, email: [rahmawati24978@gmail.com](mailto:rahmawati24978@gmail.com), 20 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 085262536831, Fb: Rahmaw, Ig: rahmawww\_\_\_\_\_, Tidak mempunyai TikTok, Twitter: Jamett01
5. Tsabbitul Amsi, email: [tsabbitul@gmail.com](mailto:tsabbitul@gmail.com), 21 Tahun, Laki-laki, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 085799921110, Fb: Tsabbitul Amsii, Ig: Tsabbitul Amsi, Tidak mempunyai TikTok, Twitter: Tsabbitul\_amsi
6. Rokhwidi Khasanah, email: [rokhwidikhasanah19@gmail.com](mailto:rokhwidikhasanah19@gmail.com), 21 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 085826632310, Fb: Rokhwidi Asyafa'ah Widi, Ig: widi\_1904, Tidak mempunyai TikTok, Tidak mempunyai Twitter
7. Sasa, email: [hallasajidda17@gmail.com](mailto:hallasajidda17@gmail.com), 21 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 08987775639, Tidak Mempunyai Facebook, Ig: sasa'17, TikTok: sasa'17, Tidak Mempunyai Twitter

8. Frisca Oktaviany, email: [friscaokt@gmail.com](mailto:friscaokt@gmail.com), 20 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 081646986082, Fb: Frisca Oktaviany, Ig: friscaoktavv, Tidak mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter
9. Muhammad Abdurrauf Nasrullah, email: [abdurrauf2501@gmail.com](mailto:abdurrauf2501@gmail.com), 20 Tahun, Laki-laki, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 081548207099, Tidak Mempunyai Facebook, Ig: Raufnrr, Tidak Mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter
10. Enggi Nurul Prameta, email: [engginrlprmeta@gmail.com](mailto:engginrlprmeta@gmail.com), 20 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 085731949660, Fb: Tidak Mempunyai Facebook, Ig: Enggyye, TikTok: Enggyyyyy, Tidak Mempunyai Twitter
11. Ma'mun Muzakki, email: [mmnmzk19@gmail.com](mailto:mmnmzk19@gmail.com), 20 Tahun, Laki-laki, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 082143912204, Fb: Mochammad M Muzakki, Ig: mmmzk\_, Tidak mempunyai TikTok, Twitter: mmmzk\_
12. Devi Widiyawati, email: [deviddyaw52@gmail.com](mailto:deviddyaw52@gmail.com), 21 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 085326973322, Fb: Devi Widiyawati, Ig: deviw\_\_, Tidak mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter
13. Muhammad Samudra Firdaus, email: [encammuhammad@gmail.com](mailto:encammuhammad@gmail.com), 15 Tahun, Laki-laki, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 081911536738, Fb: Mana Wirman, Ig: \_\_encaam, Tidak mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter
14. Mut Mainah, email: [mmuthmainnah92@gmail.com](mailto:mmuthmainnah92@gmail.com), 21 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 081326213396, Fb: Muthiia, Ig: muth\_yu, Tidak mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter
15. Muhammad Fatih Nurhidayat, email: [fatihdasilva9@gmail.com](mailto:fatihdasilva9@gmail.com), 20 Tahun, Laki-laki, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone,

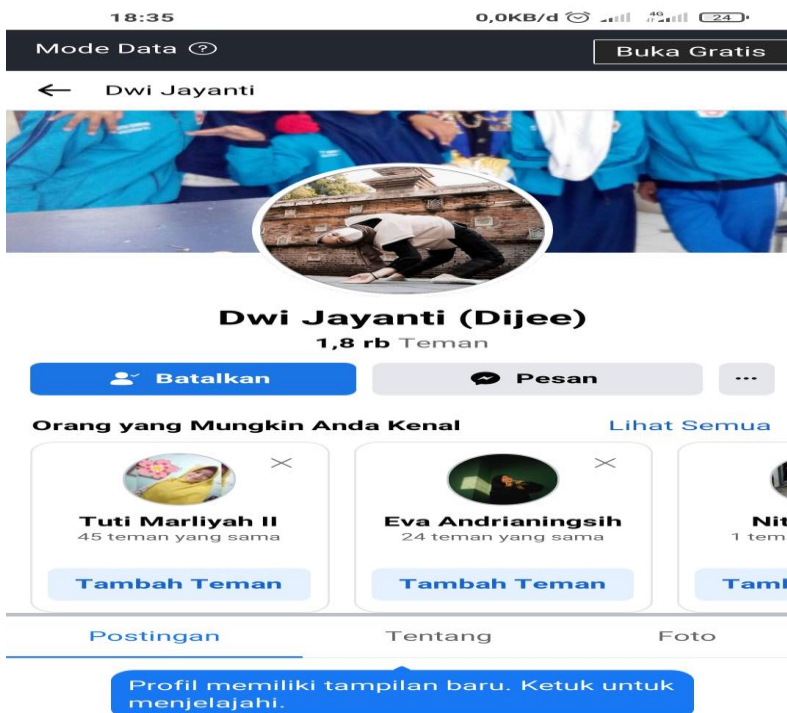
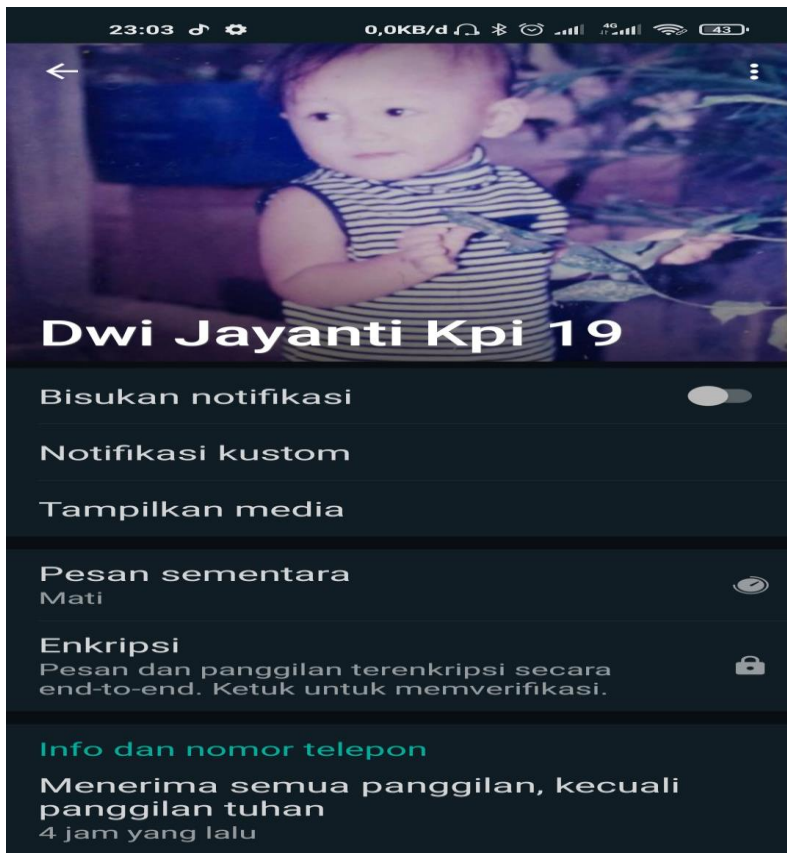
WhatsApp: 08812720980, Fb: Muhammad Fatih, Ig: fatih\_onclo, Tidak mempunyai TikTok, Twitter: fatih\_onclo

16. Tiara Adriyana Rizky, email: [tiaraadriyanarizky27@gmail.com](mailto:tiaraadriyanarizky27@gmail.com), 19 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 085743749791, Tidak Mempunyai Facebook, Ig: Adriyana\_002, Tidak mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter
17. Farah Rifqi Nur Alfi, email: [alfi.farah.31@gmail.com](mailto:alfi.farah.31@gmail.com), 21 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 0895379035505, Fb: Alfi Farah, Ig: frnalfi\_310, Tidak mempunyai TikTok, Twitter: Farah\_rifqi18
18. Salsa Amalia, email: [salsaamalia887@gmail.com](mailto:salsaamalia887@gmail.com), 20 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 0895422747914, Tidak Mempunyai Facebook, Ig: sls\_am, Tidak mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter
19. Nimas Maulida Zulfa, email: [nimaszulfa@gmail.com](mailto:nimaszulfa@gmail.com), 20 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 085801303529, Fb: Nimas Maulida Z, Ig: nimaszulfa, Tidak mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter
20. Miabakhul Huda, email: [misbahalhuda880@gmail.com](mailto:misbahalhuda880@gmail.com), 22 Tahun, Laki-laki, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 082134250256, Fb: Misbahul Huda, Ig: misbahalhuda, Tidak mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter
21. Sheilla Afkar Berliana, email: [sheillaaberliana@gmail.com](mailto:sheillaaberliana@gmail.com), 19 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 085229140678, Tidak Mempunyai Facebook, Ig: sheillaaberliana, Tidak mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter
22. Isna Cholifatun Nisa, email: [isnania888@gmail.com](mailto:isnania888@gmail.com), 19 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 089674874448, Fb: isnaa niisa, Ig: nissaaic, Tidak mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter

23. Putri Viviana, email: [putri.vi2807@gmail.com](mailto:putri.vi2807@gmail.com), 19 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 08996648445, Fb: Putri viviana, Ig: Putri.Vi2807, Tidak mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter
24. Feni Farikha, email: [feni.farikha@gmail.com](mailto:feni.farikha@gmail.com), 20 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 089651983730, Fb: Feni Farikha, Ig: fenifa\_, TikTok: f11223350, Twitter: fenifrkh
25. Kamilatus Sa'adah, email: [milakamila568@gmail.com](mailto:milakamila568@gmail.com), 20 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 085602814239, Fb: Kmilaasn, Ig: kmilaasn\_, TikTok: kamilaaaa045, Twitter: milboba
26. Fina Fauziah, email: [finafauziyah110@gmail.com](mailto:finafauziyah110@gmail.com), 19 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 082333971489, Fb: Fina fauziyah, Ig: namakufinaaa, Tidak mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter
27. Camelia Marwah, email: [cameliamarwa33@gmail.com](mailto:cameliamarwa33@gmail.com), 20 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 0895385813629, Fb: Camelia Marwah, Ig: Camelia\_225, TikTok: Bulanmei, Tidak Mempunyai Twitter
28. Destriana Wulan R, email: [rwulan811@gmail.com](mailto:rwulan811@gmail.com), 20 Tahun, Perempuan, Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2019, Mempunyai Smartphone, WhatsApp: 087763426430, Tidak Mempunyai Facebook, Ig: Wulanrmdhn\_, Tidak mempunyai TikTok, Tidak Mempunyai Twitter


NB: Yang tulisannya tebal merupakan informan penelitian karena memenuhi kriteria peneliti yaitu menggunakan *smartphone* dan memiliki 5 media sosial yaitu, *WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok, dan Twitter*

Screenshots Media Sosial Yang Digunakan Informan 1







8:52 0,4KB/d

← **dwijynti** 🔔 ⋮


 **7** Postingan **1.413** Pengikut **1.016** Mengikuti

*Dwi Juyanti*  
 U can be  
**Lihat Terjemahan**  
 Diikuti oleh **nissaaic**, **sopi.\_.\_**, dan **1 lainnya**

Mengikuti ▾ Kirim Pesan ▾

 me   SHS  aeraer

📖 📷



🏠 🔍 + ❤️ 👤

0:21 1,5KB/d

← **digi daw** ⋮

 **@calonhajahh**

**158** Mengikuti | **42** Pengikut | **607** Suka

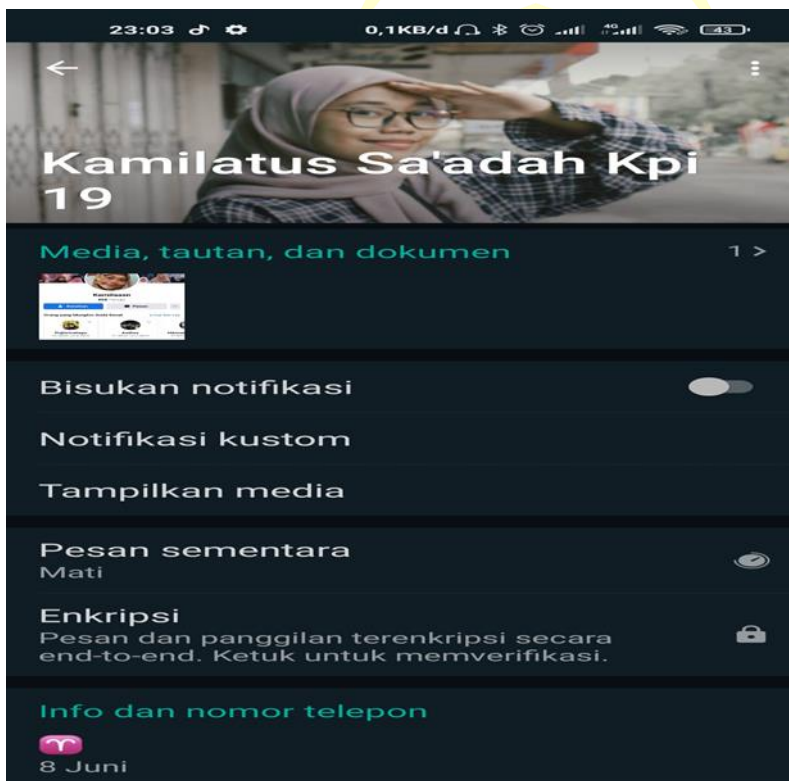
Pesan 📧 📷

☰ 📷






Screenshots Media Sosial Yang Digunakan Informan 2






9:20 6,1KB/d 4G

Mode Data Buka Gratis


← Kamilaasn



**Kamilaasn**  
808 Teman


Batalan Pesan ...

Orang yang Mungkin Anda Kenal Lihat Semua




**Pujisrihayu**  
35 teman yang sama

Tambah Teman



**Astilex**  
73 teman yang sama

Tambah Teman



**Hikmat**  
47 teman yang sama


Tambah Teman

Postingan Tentang Foto

Profil memiliki tampilan baru. Ketuk untuk menjelajahi.

8:51 0,0KB/d 4G

← **kmilaasn\_** 🔔 ☰




**6**  
Postingan

**1.048**  
Pengikut


**968**  
Mengikuti

**KAMILA** 🌻  
we were born to be real, not perfect ✨  
Islamic Communication Broadcasting'19... lainnya  
Diikuti oleh **fatih\_onclo**


Mengikuti Kirim Pesan




fren



food



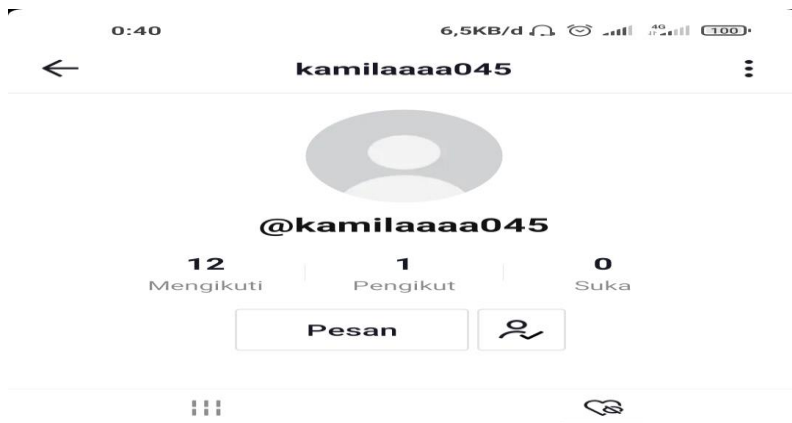
kca



aththe

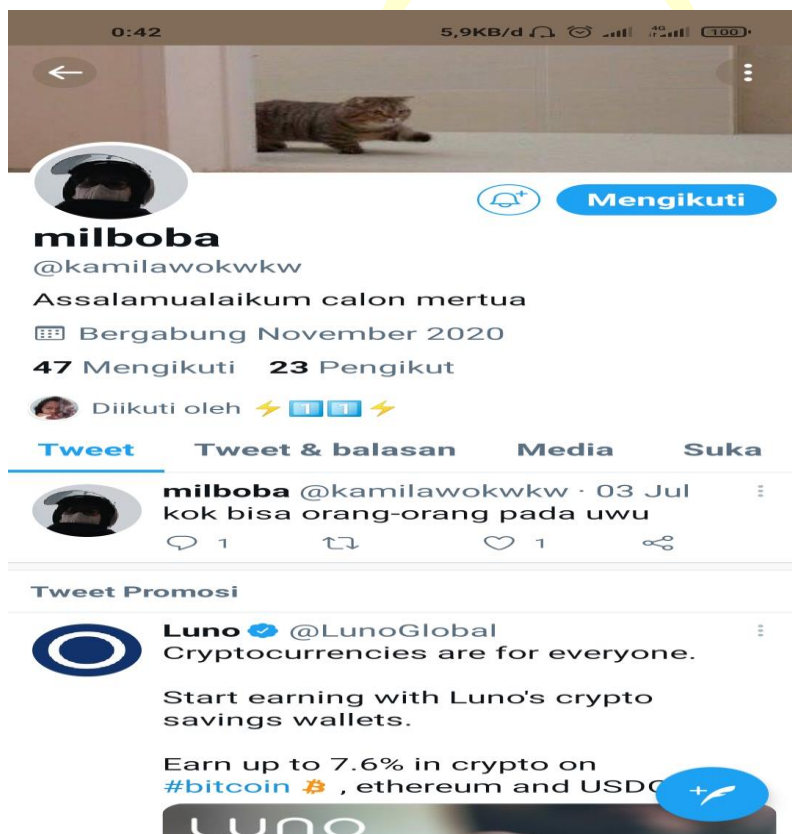
🏠
🔍
+
❤️
👤





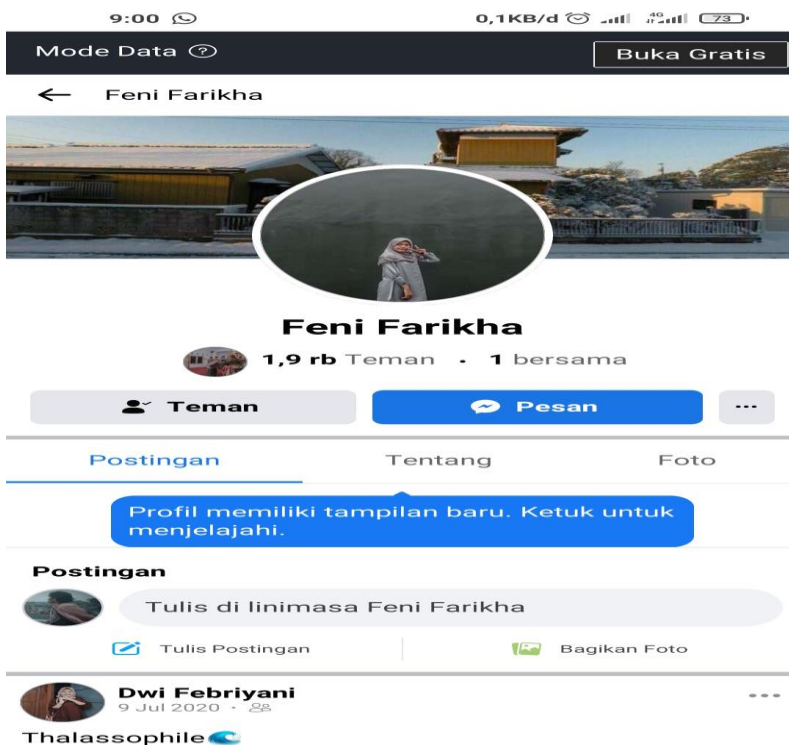
**Video yang disukai pengguna ini bersifat privat**

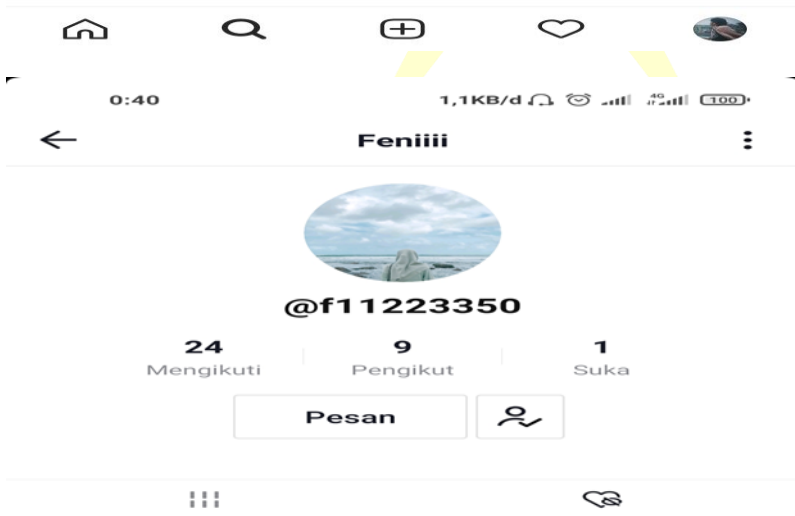
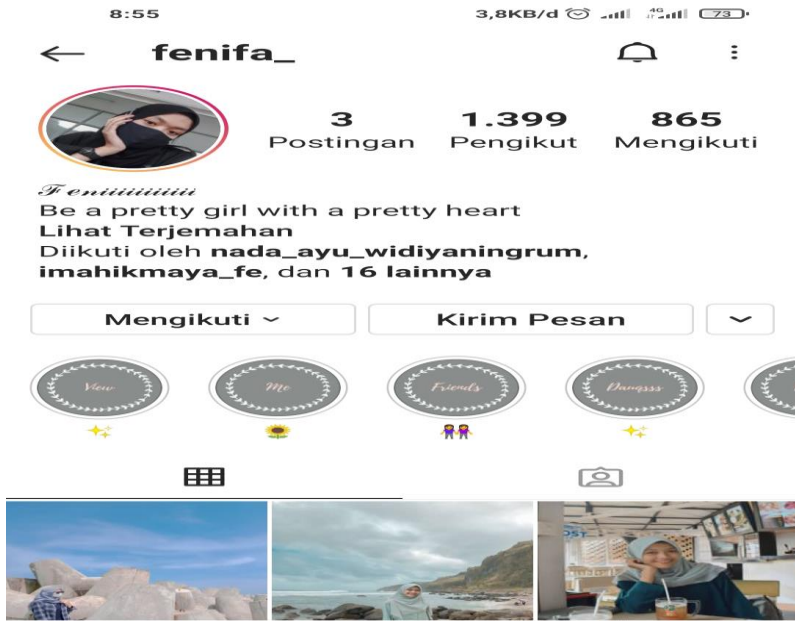
Video yang disukai oleh kamilaaaa045 saat ini tersembunyi



BTO

Screenshots Media Sosial Yang Digunakan Informan 3





**Video yang disukai pengguna ini bersifat privat**

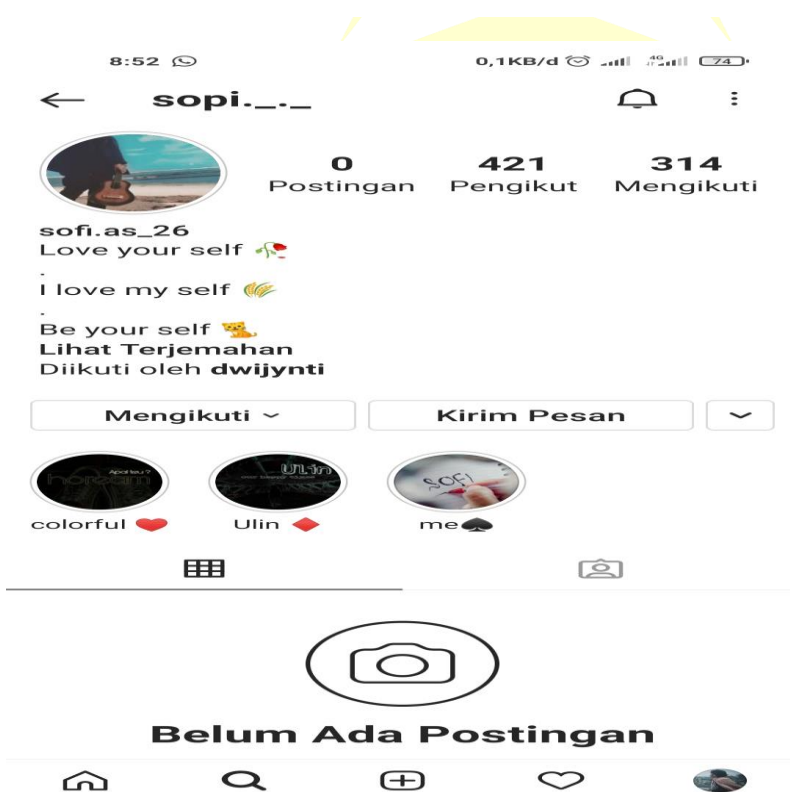
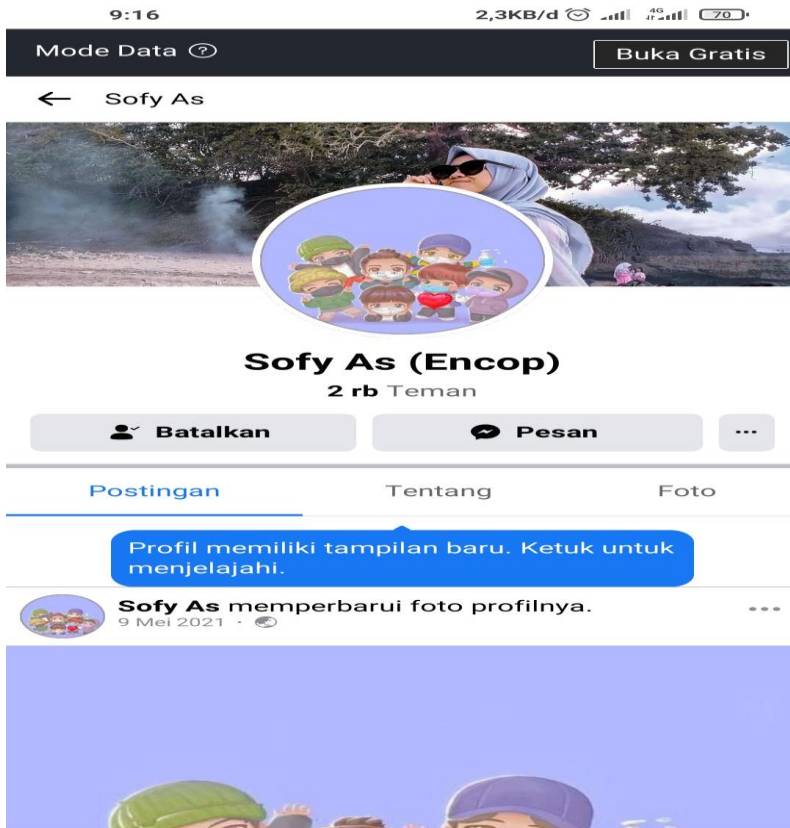
Video yang disukai oleh f11223350 saat ini tersembunyi





Screenshots Media Sosial Yang Digunakan Informan 4






BTO


9:18 51,0KB/d 4G

← **Minji.\_.** ⋮




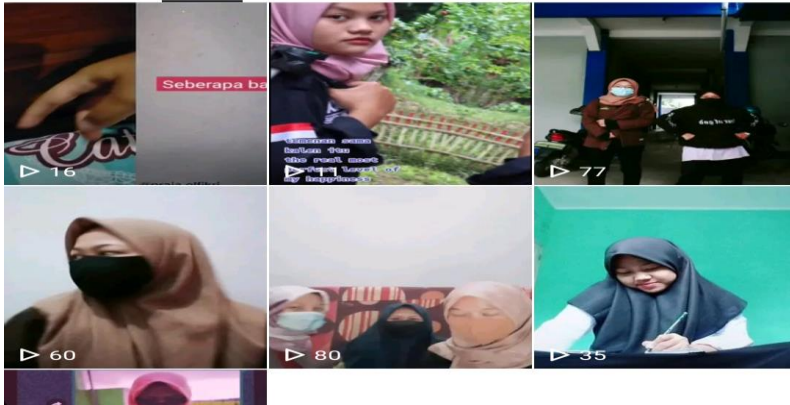
**@minji.\_.\_**

**163** Mengikuti | **23** Pengikut | **181** Suka

Pesan 

I love my self 💜

⋮ 



Seberapa ba  
16  
77  
60  
80  
35

9:15 0,0KB/d 4G



**minji.\_.\_**  
**@minjiiii\_**

I Love my self 💜

Bergabung Desember 2020

**13** Mengikuti **2** Pengikut

Tidak diikuti oleh siapa pun yang Anda ikuti

**Tweet** Tweet & balasan Media Suka

**Untuk diikuti**



**mob**  
**@nahanbab**

**Ikuti**

say mengikuti



**PutraPratama**  
**@tedhypratama...**

**Ikuti**



**@riz**

**Ikuti**

s

Tampilkan lebih banyak 

BTO

## **DOKUMENTASI**

Wawancara Langsung Peneliti Dengan Informan 3 (Feni Farikha)



**IAIN PURWOKERTO**



## TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN INFORMAN

### WAWANCARA 1

Tanggal : 11 dan 12 Juli 2021  
Waktu : 10.23-Selesai  
Media : Chat melalui whatsapp  
Peneliti : Syarif Hidayat  
Informan : Dwi Jayanti

P: Alamat mba Dwi Jayanti dimana?

I: "Di tambun selatan, Bekasi"

P: Benarkah anda mahasiswa prodi kpi fakultas dakwah UIN Prof Saifuddin Zuhri?

I: "Iya"

P: Kelas?

I: "4 kpi b"

P: Apa jenis smartphone yang anda gunakan?

I: "Android"

P: Merk smartphone yang digunakan?

I: "Oppo"

P: Berapa harga smartphone yang digunakan? Kurang dari 1 juta, di atas 1 juta, atau lebih dari 2 juta?

I: "Kurang paham, kayanya di atas 2"

P: Alasan menggunakan smartphone?

I: "Kebutuhan modern"

P: Sudah berapa lama menggunakan smartphone?

I: "2020 awal"

P: Mengapa menggunakan whatsapp, facebook, instagram, tiktok, twitter?

I: "Kebutuhan sosial, dapat mengembangkan diri oleh konten yang bermanfaat"

P: Berapa lama waktu menggunakan whatsapp, facebook, instagram, tiktok, twitter dalam sehari?

I: "Tergantung bosennya, kemaren 14 jam, dominan wa, tiktok. Ig, fb, twt jarang"

P: Mengapa lebih sering wa dan tiktok?

I: "Kalo wa biasanya untuk komunikasi, tiktok nyari hiburan/ilmu random, ig udah ga terlalu menarik dibanding tiktok, fb, twt biasanya aku buka ensiklopedia yg dominan ngutarain pendapat atau fakta fakta menarik. Tapi jarang buka"

P: Kalau update status atau posting dalam sehari seberapa sering?

I: "Snap wa saya setiap hari bisa bikin snap lebih dari 3 tapi cuma ke temen dekat dan selebihnya hampir 6 bulan udah gapernah post foto di ig. Yang lain gapernah bikin status"

P: Ketika mengakses media sosial, jenis konten seperti apa yang dikonsumsi?

I: "Snap random. Sekedar aktivitas yg bisa di snap"

P: Apakah dengan menggunakan media sosial whatsapp, facebook, instagram, tiktok, twitter kebutuhan pribadi dan sosial anda terpenuhi?

I: "Tidak, soalnya kebutuhan saya uang, makan, dari sosmed saya ga bisnis"

P: Kemudian apakah dengan menggunakan media sosial kebutuhan akan komunikasi dan informasi anda terpenuhi?

I: "Penuh"

P: Apakah anda mengetahui penggunaan smartphone memiliki dampak positif dan negatif?

I: "Tau tapi balik ke si pengguna"

P: Bagaimana cara anda meminimalisir dampak negatif penggunaan smartphone?

I: "Harus sadar dulu dan memporsir aktivitas buruk apa aja yang di hp. Dan milih milih mana yg baik mana yg buruk untuk diri dari sosmed. Kan konten tuh random. Jadi milih aja yang baik sama yang buruk. Terus juga kalo keseringan ga baik"

P: Apakah dengan menggunakan whatsapp, facebook, instagram, tiktok, twitter merupakan upaya anda untuk eksistensi diri?

I: "Ada bisa ada enggak tergantung pemahaman individu masing-masing. Kadang individu make sosmed sekedar hiburan dan tidak untuk mengekspos diri"

P: Lalu kalau untuk anda sendiri, termasuk yang sekedar hiburan atau mengekspos diri?

I: “dua duanya”

P: Nama panggilan?

I: “Dwi”

P: Tempat tanggal lahir?

I: “Bekasi, 6 Januari 2001”

P: Anak ke berapa dari berapa saudara?

I: “2 dari 3”

P: Hobi?

I: “Jalan-jalan”

P: Bisa tolong sebutkan ciri fisik anda?

I: “Tinggi 160cm, berat 59kg, kulit kuning langsung, hidung tidak terlalu mancung”

P: Anda dari suku mana?

I: “Keturunan jawa tapi besar di lingkungan betawi”

P: Menurut anda kemarin kan menggunakan media sosial merupakan upaya menunjukkan eksistensi diri, mengapa anda memilih smartphone sebagai media eksistensi diri tersebut?

I: “Kan gaada media lain selain hp”

P: Apakah dengan menggunakan smartphone dan media sosial anda merasa menjadi netizen?

I: “Netizen aja artinya warga internet. Kalo saya pengguna media sosial internet, saya termasuk netizen”

P: Apakah dengan menjadi netizen anda merasa lebih percaya diri?

I: “Biasa aja”

P: Apakah anda berinteraksi dengan netizen yang sama-sama menggunakan 5 media sosial tersebut? Bagaimana cara kalian berinteraksi?

I: “Ya kaya saya sama mas aja, sama sama lagi berinteraksi salah satunya, kalo diantara 5 medsos itu yg kaya tiktok, ig dominannya media paling cuma saling share media nya aja”

P: Apa yang anda dapatkan setelah menjadi pengguna smartphone dan media sosial?

I: “Wawasan dari konten yg didapat”

P: Adakah waktu khusus dalam menggunakan smartphone dan mengakses media sosial?

I: “Enggak”

P: Intensitas membuka media sosial berapa kali dalam seminggu?

I: “Ga ngitungin mas”

P: Kalau durasi waktu dalam sehari untuk melihat konten berapa lama?

I: “Ga nentu, se mood nya”

## **WAWANCARA 2**

Tanggal : 11 dan 12 Juli 2021

Waktu : 11.14-Selesai

Media : Chat melalui whatsapp

Peneliti : Syarif Hidayat

Informan : Kamilatus Sa’adah

P: Alamat mba Kamilatus dimana?

I: “Alamat rumah saya di Jl SoekarnoHatta rt 04/rw 01 menganti, kec. Kesugihan, kab. Cilacap. Sekarang lagi mondok di ponpes ath-thohiriyyah”

P: Benarkah anda mahasiswa prodi kpi fakultas dakwah UIN Prof Saifuddin Zuhri?

I: “Iy benar”

P: Kelas?

I: “4 kpi c mas”

P: Apa jenis smartphone yang anda gunakan?

I: “Android”

P: Merk smartphone yang digunakan?

I: “Redmi note 7”

P: Berapa harga smartphone yang digunakan? Kurang dari 1 juta, di atas 1 juta, atau lebih dari 2 juta?

I: “Rp 2.090.000 kayaknya harga tahun lalu itu”

P: Lalu alasan menggunakan smartphone?

I: “Untuk kebutuhan aja si, sekarang kan udah serba online. Apalagi kuliah juga online butuh smartphone, tapi paling banyak penggunaan buat media sosial”

P: Sudah berapa lama menggunakan smartphone?

I: “Kalo megang HP si udah dari Mts. Tapi lebih berguna lagi sejak SMA si. Kurang lebih ya 4 tahunan”

P: Baik, sekarang tentang media sosial, mengapa menggunakan whatsapp, facebook, instagram, tiktok, twitter?

I: “Lebih untuk berkomunikasi si mas, tapi kalo sekarang facebook, id, tiktok paling buat scroll aja, hiburan gitu”

P: Berapa lama waktu menggunakan whatsapp, facebook, instagram, tiktok, twitter dalam sehari?

I: “wkwk ngga pernah ngitung saya, kira-kira 8 jam lah sehari. Tapi ngga setiap hari segitu, tergantung penggunaan”

P: Kalau update status atau posting di media sosial dalam sehari seberapa sering?

I: “Paling banyak 2 kali si, itupun di wa, update story”

P: Lalu untuk postingan di ig dan tiktok? Atau status di fb, twitter?

I: “Kalo di ig jarang banget paling sebulan atau dua bulan sekali, males kalo ngga ada stok foto bagus, ngga bakal upload hehe. Kalo di tiktok saya pernah dua kali tapi itu udah lama banget dan sekarang belum upload lagi. Kalo twitter nunggu mood dulu biasanya mas hehe, kalo lagi pengen curhat atau nyari yg lagi trending saya kadang lihat twitter. Kalo di facebook sekarang udah ngga pernah”

P: Ketika mengakses media sosial, jenis konten seperti apa yang dikonsumsi?

I: “Oke, paling lebih ke video tiktok gitu ya ka, beragam juga disana, saya suka lihat tutorial-tutorial gitu, terus video-video lucu, tentang arsitektur rumah, tutorial masak, style, dsb”

P: Kemudian apakah dengan menggunakan media sosial kebutuhan akan komunikasi dan informasi anda terpenuhi?

I: “Iya terpenuhi, karena dengan adanya media sosial kebutuhan informasi dan komunikasi bisa dilakukan dengan cepat. Misalnya saya butuh informasi tentang lonjakan kasus covid missal. Saya bisa langsung cari tahu dari instagram atau twitter yang resmi dari pusat. Dan dengan adanya media sosial juga bisa bermanfaat bagi sarana hiburan si. Kuliah daring kan juga memakai media sosial juga, jadi sudah cukup terpenuhi lah untuk itu”

P: Apakah anda mengetahui penggunaan smartphone memiliki dampak positif dan negatif?

I: “Iyaa saya tau, disamping ada positifnya, smartphone juga punya dampak negatif”

P: Bagaimana cara anda meminimalisir dampak negatif penggunaan smartphone?

I: “Caranya bisa dengan mengurangi penggunaan aja si, biar ngga kecanduan dan bisa melakukan banyak aktivitas yang lebih bermanfaat dari sekedar main smartphone. Juga kana da konten-konten yang negatif tu, ya sebisa mungkin jangan sampai membuka aja si, hindari biar ngga terjerumus”

P: Apakah dengan menggunakan whatsapp, facebook, instagram, tiktok, twitter merupakan upaya anda untuk eksistensi diri?

I: “Oke, menurut saya si ya karena secara tidak sengaja kita tuh jadi ingin mengikuti tren segala macem yang ada di medsos. Instagram contohnya, biar ngga dibilang ngga ketinggalan zaman gitu. Tapi ya kembali lagi ke diri sendiri mau ngikutin tren atau engga”

P: Nama panggilan?

I: “Mila, Kamila ya boleh”

P: Tempat tanggal lahir?

I: “Cilacap, 4 April 2001”

P: Anak ke berapa dari berapa saudara?

I: “Anak pertama dari dua saudara”

P: Hobi?

I: “Nonton film”

P: Bisa tolong sebutkan ciri fisik anda?

I: "Pake kacamata, kulit sawo matang, hidung pesek, ada tahi lalat di bawah hidung, tinggi 158cm, berat 51kg"

P: Anda dari suku mana?

I: "Jawa"

P: Menurut anda kemarin kan menggunakan media sosial merupakan upaya menunjukkan eksistensi diri, mengapa anda memilih smartphome sebagai media eksistensi diri tersebut?

I: "Karena smartphome tu mudah digunakan aja si, compact gampang dibawa kemana-mana. Kalo pake semacam PC atau laptop kan ga praktis gitu. Rata-rata kan kebanyakan orang juga pake smartphome juga daripada media yang lain"

P: Apakah dengan menggunakan smartphome dan media sosial anda merasa menjadi netizen?

I: "Menurut saya iya. Saya kan juga secara nggak langsung pakai media sosial untuk berkomunikasi, dan aktif setiap hari"

P: Dan apakah dengan menjadi netizen anda merasa lebih percaya diri?

I: "Kadang iya, merasa PD aja gitu kalo dibandingkan bersama yg nggak aktif media sosial"

P: Apakah anda berinteraksi dengan netizen yang sama-sama menggunakan 5 media sosial tersebut? Bagaimana cara kalian berinteraksi?

I: "Iya saya berinteraksi dengan mereka, interaksi secara langsung, kalo nggak lagi barengan ya bisa komunikasi lewat medsos gitu mas"

P: Apa yang anda dapatkan setelah menjadi pengguna smartphome dan media sosial?

I: "Ya banyak kalo dari segi manfaatnya, kalo mau nyari informasi apa aja itu mudah dan cepet tinggal buka google, youtube, ig, dll. Kalo komunikasinya jadi lebih enak karena kalo lagi berjauhan nggak perlu nyamperin, cepet juga sampenya"

P: Adakah waktu khusus dalam menggunakan smartphome dan mengakses media sosial?

I: "Kalo saya si biasanya kalo udah senggang aja. Tapi kalo libur biasanya ya dari pagi bisa"

P: Kalau intensitas membuka media sosial berapa kali dalam seminggu?

I: “21 lah kira-kira”

P: Lali durasi waktu dalam sehari untuk melihat konten berapa lama?

I: “Paling banyak 3 jam bisa, tapi ga langsung dur segitu, ada sela selanya”

### **WAWANCARA 3**

Tanggal : 11 dan 12 Juli 2021

Waktu : 15.00-Selesai

Media : Bertemu di Restoran Anakabe BBQ&Grill dan chat whatsapp

Peneliti : Syarif Hidayat

Informan : Feni Farikha

P: Alamat rumahnya dimana mba?

I: “Alamatnya di Jln. Sawah Contoh, Karangasem, Sampang, Cilacap dan sekarang mondok di Pondok Pesantren Darul Falah, Kedungwuluh, Purwokerto Barat”

P: Benarkah anda mahasiswa prodi kpi fakultas dakwah UIN Prof Saifuddin Zuhri?

I: “Iya”

P: Kelas?

I: “Dari kelas 4 kpi A”

P: Apa jenis smartphone yang anda gunakan? Iphone atau Android?

I: “Android”

P: Merk smartphone yang digunakan?

I: “Oppo a5s”

P: Berapa harga smartphone yang digunakan? Kurang dari 1 juta, di atas 1 juta, atau lebih dari 2 juta?

I: “Sekitar kurang dari 2jt”

P: Lalu alasan menggunakan smartphone?

I: “Ya karena smartphone penting banget bagi kita untuk berkomunikasi, karena pada zaman sekarang ini apa-apa menggunakan smartphone, dari kuliah, bersekolah, dan kebutuhan yang lainnya”



P: Sudah berapa lama menggunakan smartphone?

I: "Dari tahun 2014"

P: Mengapa menggunakan whatsapp, facebook, instagram, tiktok, twitter?

I: "Kalo berkomunikasinya si menggunakan wa sehari-hari, facebook untuk mengupload foto, mengupload cerita-cerita kaya gitu lah dari kehidupan sehari-hari kita jadi bisa untuk kenangan, instagram hampir sama seperti facebook Cuma instagram lebih terkenal dan banyak penggunanya dan bisa untuk hiburan juga, kalo tiktok juga seperti itu untuk hiburan, kan kata orang-orang kalo liat tiktok itu kebahagiaannya jadi bertambah, kalo twitter biasanya untuk curhat-curhat"

P: Berapa lama waktu menggunakan whatsapp, facebook, instagram, tiktok, twitter dalam sehari?

I: "Seringnya si whatsapp ya, hampir setiap saat menggunakan whatsapp, kalo tiktok ya satu hari paling kalo gabut liat tiktok, lagi ngapain tiktok yaa 5 jam sih, media sosial yang lain paling yaa ngga ada 1 jam, lebih sering ke wa, tiktok, sama instagram"

P: Terus update status atau posting di media sosial dalam sehari seberapa sering?

I: "Tergantung sih, sebenarnya jarang update status ya, kalo lagi banyak kegiatan yaa bisa sehari tiga kali, kalo ngga ada kegiatan sehari ngga update status"

P: Lalu bila mengakses media sosial, jenis konten seperti apa yang dikonsumsi?

I: "Konten-konten seperti hiburan, yang menginspirasi, terus kaya olshop-olshop gitu, mukbang"

P: Apakah dengan menggunakan media sosial kebutuhan pribadi dan sosial anda terpenuhi?

I: "Ya terpenuhi"

P: Bisa dijelaskan terpenuhinya seperti apa?

I: "Kalo kebutuhan sosialnya si terpenuhi, kita bisa berinteraksi dengan orang lain, berinteraksi dengan orang yang jauh, mendekatkan yang jauh. Kalo kebutuhan pribadi ya terpenuhi juga karena kita jadi terhibur"

P: Kemudian apakah dengan menggunakan media sosial kebutuhan akan komunikasi dan informasi anda terpenuhi?

I: “Kalo itu jelas terpenuhi ya, karena fungsi dari media sosial tersebut ya untuk berkomunikasi dengan orang lain. Informasi juga terpenuhi karena banyak hal-hal yang dapat kita cari dalam media tersebut”

P: Apakah dengan menggunakan whatsapp, facebook, instagram, tiktok, twitter merupakan upaya anda untuk meningkatkan eksistensi diri?

I: “Iya, ya kita dapat upload foto ke media sosial tersebut, itu menunjukkan kalo kita itu ada. Kita bisa kenal orang melalui foto tersebut, kita update status dan orang-orang jadi tahu kita kaya gitu hahaha”

P: Apakah anda mengetahui penggunaan smartphone memiliki dampak positif dan negatif?

I: “Iya tahu”

P: Lalu bagaimana cara anda untuk meminimalisir dampak negatif penggunaan smartphone tersebut?

I: “Meminimalisir dampak negatifnya dengan kita jangan sering-sering memakai smartphone untuk melihat hal-hal yang tidak baik, kita bisa memanfaatkan smartphone untuk melihat konten-konten yang menginspirasi bagi kita, yang bermanfaat bagi kita”

P: Nama panggilan?

I: “Feni”

P: Tempat tanggal lahir?

I: “Cilacap, 20 Februari 2001”

P: Anak ke berapa dari berapa saudara?

I: “Anak ke 2 dari 4 bersaudara”

P: Hobi?

I: “Jalan-jalan, makan”

P: Bisa tolong sebutkan ciri fisik anda?

I: “Kurus, kulit sawo matang, hidung tidak mancung, mata sipit, tinggi 170cm”

P: Anda dari suku mana?

I: “Suku jawa”

P: Menurut anda kemarin kan menggunakan media sosial merupakan upaya menunjukkan eksistensi diri, mengapa anda memilih smartphone sebagai media eksistensi diri tersebut?

I: “Karena smartphone merupakan alat komunikasi paling simple dan paling praktis serta mudah dibawa kemana-mana, seperti itu mas”

P: Apakah anda berinteraksi dengan netizen yang sama-sama menggunakan 5 media sosial tersebut? Bagaimana cara kalian berinteraksi?

I: “Ya tergantung mas, terkadang saya berinteraksi dengan teman saya yang menggunakan 5 media sosial tsb. Dan kadang saya juga berinteraksi dengan teman-teman yang tidak menggunakan 5 media sosial tsb. Ya meskipun kami mempunyai 5 media sosial tsb, kami seringnya berinteraksi dengan wad an instagram dengan cara chattingan, telfon, komen-komen status, dll”

P: Apakah dengan menggunakan smartphone dan media sosial anda merasa menjadi netizen?

I: “Ya tentu saja, karena saya menggunakan media sosial, semua orang yang menggunakan media sosial itu adalah netizen”

P: Apakah dengan menjadi netizen anda merasa lebih percaya diri?

I: “Ya kadang percaya diri, kadang merasa insecure”

P: Mengapa demikian?

I: “Karena ketika melihat postingan orang yang menginspirasi dan memberi semangat kepada kita, insecure karena kita melihat kelebihan orang lain dan menyadari kekurangan kita”

P: Apa yang anda dapatkan setelah menjadi pengguna smartphone dan media sosial?

I: “Saya mendapatkan banyak wawasan, relasi, lebih bisa berfashion, mmengetahui info-info terbaru, dan lebih terbuka pikirannya karena melihat quotes-quotes yang menginspirasi”

P: Adakah waktu khusus dalam menggunakan smartphone dan mengakses media sosial?

I: “Tidak ada waktu khusus, tetapi saya menggunakan smartphone itu setiap saat, karena digunakan untuk kuliah juga, dan pastinya mengakses media sosial”

P: Kalau intensitas membuka media sosial berapa kali dalam seminggu?

I: “Ya berkali-kali, ngga ngitungin, karena setiap saat buka media sosial”

P: Lalu durasi waktu dalam sehari untuk melihat konten berapa jam?

I: “Kira-kira 5 jam, dan paling jarang twitter sama facebook”

#### **WAWANCARA 4**

Tanggal : 11 dan 12 Juli 2021

Waktu : 19.43-Selesai

Media : Chat melalui whatsapp

Peneliti : Syarif Hidayat

Informan : Sofi

P: Alamat rumahnya dimana mba?

I: “Dusun cihideung, desa ciganjeung, rt 01, rw 07, masjid at thuba, kab. Pangandaran, Padaherang, Jawa Barat, ID, 46384”

P: Benarkah anda mahasiswa prodi kpi fakultas dakwah UIN Prof Saifuddin Zuhri?

I: “Iya”

P: Kelas?

I: “B”

P: Apa jenis smartphone yang anda gunakan? Iphone atau Android?

I: “Android”

P: Merk smartphone yang digunakan?

I: “Oppo a5 tahun 2020”

P: Berapa harga smartphone yang digunakan? Kurang dari 1 juta, di atas 1 juta, atau lebih dari 2 juta?

I: “Lebih dari 2jt”

P: Lalu alasan menggunakan smartphone?

I: “Karena butuh”

P: Butuh untuk apa saja misalnya?

I: “Kuliah”

P: Sudah berapa lama menggunakan smartphone?

I: "4-5 tahun"

P: Mengapa menggunakan whatsapp, facebook, instagram, tiktok, twitter?

I: "Karena ingin"

P: Berapa lama waktu menggunakan whatsapp, facebook, instagram, tiktok, twitter dalam sehari?

I: "fb sebulan paling sekali dua kali atau gak sama sekali, wa sekitar 17/24jam, tiktok akhir-akhir ini jarang, paling seminggu sekali/2-3 jam, twitter 17/24 jam, instagram 17/24 jam"

P: Lalu kalau update status atau posting di media sosial dalam sehari seberapa sering?

I: "Tergantung mood, paling kalo bangtan (BTS) up bisa sampe titik-titik statusnya, kalo bangtan ga up, biasanya jarang pajang status, sama sebulan sekali pasti up dagangan"

P: Dagang apa kalo boleh tau?

I: "Aksesoris"

P: Lalu bila mengakses media sosial, jenis konten seperti apa yang dikonsumsi?

I: "Hiburan"

P: Media sosial yang mana untuk mencari hiburan tersebut?

I: "Telegram, instagram, tiktok, twitter, weavers, vlive"

P: Apakah dengan menggunakan media sosial kebutuhan pribadi dan sosial anda terpenuhi?

I: "Tidak sepenuhnya terpenuhi"

P: Mengapa?

I: "Karena media sosial bukan segalanya"

P: Kemudian apakah dengan menggunakan media sosial kebutuhan akan komunikasi dan informasi anda terpenuhi?

I: "Tidak sepenuhnya"

P: Mengapa?

I: "Karena ada kalanya media sosial juga menjadikan kita salah faham atas apa yang dikomunikasikan, dan tidak setiap informasi yg ada di media sosial itu akurat"

P: Apakah dengan menggunakan whatsapp, facebook, instagram, tiktok, twitter merupakan upaya anda untuk eksistensi diri?

I: "Bisa jadi"

P: Mengapa?

I: "Karena lewat media sosial lebih gampang, tinggal upload kasih hashtag sebanyak-banyaknya"

P: Apakah anda mengetahui penggunaan smartphone memiliki dampak positif dan negatif?

I: "Tau tapi ga begitu banyak"

P: Bagaimana cara anda meminimalisir dampak negatif penggunaan smartphone?

I: "Paling mempercepat dan memperbanyak waktu tidur"

P: Nama panggilan?

I: "Bebas, sesuai selera masing-masing orang"

P: Sofi?

I: "Boleh"

P: Tempat tanggal lahir?

I: "Ciamis, 26 September 1999"

P: Anak ke berapa dari berapa saudara?

I: "1/4"

P: Hobi?

I: "Banyak, tidur, halu, shopping kalo punya duit, baca. Itu yg paling sering dilakuin kayanya"

P: Bisa tolong sebutkan ciri fisik anda?

I: "Pendek, ga putih putih amat ga item item amat juga, ga pesek ga mancung, jari alhamdulillah lengkap sesuai ukuran badan lah ya bentek, bentuk mata hooded, alis rapih, bulu mata ga lentik gak panjang, bb 47kg, tb 146cm, bisa dibayangin lah yah. Pada intinya stok terakhir makhluk tuhan paling cantik, manis, imut, limited edition"

P: Anda dari suku mana?

I: "Sunda, Cuma ada titisan jawa dikit dari leluhur mamah"

P: Menurut anda kemarin kan menggunakan media sosial merupakan upaya menunjukkan eksistensi diri, mengapa anda memilih smartphone sebagai media eksistensi diri tersebut?

I: “Ini kan saya sudah jawab, karena lewat media sosial lebih gampang, tinggal upload kasih hashtag sebanyak-banyaknya”

P: Apakah anda berinteraksi dengan netizen yang sama-sama menggunakan 5 media sosial tersebut? Bagaimana cara kalian berinteraksi?

I: “Iya, lewat pesan chat”

P: Apakah dengan menggunakan smartphone dan media sosial anda merasa menjadi netizen?

I: “Iyah”

P: Apakah dengan menjadi netizen anda merasa lebih percaya diri?

I: “Tidak juga”

P: Mengapa demikian?

I: “Karena percaya diri itu muncul atas kekuatan dari diri itu sendiri, yang mana diri itu uterus mendorong agar dirinya jauh lebih love self, aku yakin orang-orang yg udah love them self tingkat percaya dirinya bertambah, itu pendapatku sih”

P: Apa yang anda dapatkan setelah menjadi pengguna smartphone dan media sosial?

I: “Uang dan popularitas, meski ya gak popular popular amat, oh satu lagi kebahagiaan”

P: Ada lagi?

I: Ada, alesannya kenapa aku bahagia sama smartphone karena dari ini aku menemukan orang-orang yg baik dan ngajarin aku buat love my self”

P: Kalau waktu khusus dalam menggunakan smartphone dan mengakses media sosial?

I: “Sebelum tidur kayanya”

P: Kalau intensitas membuka media sosial berapa kali dalam seminggu?

I: “Setiap hari”

P: Kalau durasi waktu dalam sehari untuk melihat konten di media sosial?

I: “17/24 jam, kalo lagi jarang paling 7/24 jam”

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Syarif Hidayat  
Tempat/Tanggal Lahir : Kebumen, 19 Juni 1999  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Status Perkawinan : Belum Kawin  
Alamat : Dukuh Karang Gamblok, Rt 01, Rw 05, Desa  
Pejagoan, Kec. Pejagoan, Kab. Kebumen  
E-mail : [rifatfansclub@gmail.com](mailto:rifatfansclub@gmail.com)  
Riwayat Pendidikan :

1. SD Negeri 2 Pejagoan, Tahun Lulus 2011
2. SMP Negeri 1 Sruweng, Tahun Lulus 2014
3. SMA Negeri 1 Klirong Jurusan IPS, Tahun Lulus 2017

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Purwokerto, 16 Juli 2021

Syarif Hidayat  
NIM. 1717102125