

# KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DIKALANGAN MAHASISWA UNIKOM

Rismawaty,Arie Prasetyo,Sangra Juliano Prakasa,

Email:

risma\_ik.yahoo.co.id

arijatock@yahoo.com

sangrajuliano@gamil.com

*This research is on Students' Satisfaction When Using Social Media Master, that aims to determine the difference between the Gratification-Sought ( satisfaction is sought ) and Gratification-Obtained ( satisfaction derived ) amongst students based on: a). their motives in using the social media, b). their satisfaction in seeking the information, c). their Personal Identity sought satisfaction with Personal Identification satisfaction obtained, d). their satisfaction Integration and social interaction, e). their satisfaction for entertainment when using the social Media. This research's Methodology ( approach ) is quantitative , whereas the method used is a survey method with a comparative analysis . In preparing this study, the researchers used data collection techniques as the following: questionnaire, and literature. The data used in this study was obtained through a questionnaire where distributed to the respondents / sample. The scale of measurement defined in this study is the Likert Scale.*

*The results describe thatthere is a differencebetweensatisfactionsought andobtainedstudentsatisfactionin usingsocialmedia and then the results thatstudentsare satisfiedwiththe existence ofsocial mediaas a medium ofinformationfulfillment, personalidentity, integrityandsocialinteractionandentertainment, according tocriteriabased onthe theory ofvalue expectations,whereif thesatisfactionobtainedwith thesamelookof satisfactionindicatethat themediawere considered to havemeet theneeds of its users.*

## 1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti saat ini perkembangan teknologi memiliki peran penting dalam setiap bidang usaha maupun jasa, hal itu disebabkan karena perkembangan teknologi dinilai mampu mempengaruhi setiap sisi dan sudut kehidupan di masyarakat. Perkembangan teknologi ini ditandai dengan kehidupan yang serba menggunakan teknologi canggih, dimulai dari perkembangan teknologi pada peralatan-peralatan untuk rumah tangga, industri, perkantoran hingga perkembangan teknologi pada peralatan komunikasi dan informasi yang dinilai mempunyai pengaruh sangat tinggi pada kehidupan dunia termasuk di Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang.

Dalam perkembangannya, teknologi saling berpengaruh pada perkembangan komunikasi dalam setiap lapisan kehidupan. Pada hakikatnya komunikasi adalah inti hubungan sosial. Pada umumnya, proses percepatan media informasi, sebagai bagian dari dampak perkembangan teknologi dan komunikasi tidak diimbangi dengan pemahaman dan kesiapan masyarakat bangsa, termasuk di Indonesia. Meskipun secara fakta dan realitasnya bahwa semua orang membutuhkan informasi tapi tidak semua informasi benar adanya atau dapat ditafsirkan dengan baik. Salah satu bentuk aplikasi dari perkembangan media adalah dengan maraknya penggunaan *Social Media*.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein *Socialmedia* sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*” Kaplan dan Michael Haenlein (2010:53) membagi jenis media sosial kedalam 6 bagian yaitu : *Collaborative Projects, Blogs and microblogs, Content communities, Social Networking Sites,*

*Virtual Game Worlds, Virtual Social Worlds.*

Keenam social media tersebut, dapat saja membawa sisi positif dan negatif dari setiap penggunaannya. Sisi positif dan negatif tersebut akan coba dilihat dari tingkat kepuasan yang berasal dari harapan yang diberikan oleh pengguna pada setiap media sosial yang digunakannya. Inilah yang menjadi latar belakang peneliti untuk mengangkat kepuasan penggunaan media sosial bagi mahasiswa, selaku generasi muda yang akan melanjutkan perjuangan bangsa.

Setiap manusia memiliki motif dalam hal pemanfaatan media sosial. McQuail mengungkapkan ada beberapa motif yang menyebabkan seseorang mengkonsumsi suatu media, yaitu : ”Motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan”. Berdasarkan motif-motif inilah peneliti akan melihat kepuasan penggunaan media dari mahasiswa, yakni dengan menganalisa perbedaan kepuasan yang diharapkan dan kepuasan yang diperoleh mahasiswa dalam menggunakan berbagai jenis media sosial.

Dengan melihat kepuasan penggunaan media sosial dari mahasiswa, diharapkan dapat menjadi gambaran mengenai seberapa besar efektifitas dan keberadaan setiap jenis media sosial sebagai hasil dari perkembangan teknologi komunikasi dalam kehidupan masyarakat, khususnya para mahasiswa, sebagai golongan intelektual bangsa.

Dari latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini yaitu : **”Bagaimana Kepuasan Penggunaan Media Sosial Dikalangan Mahasiswa Unikom?”**

## 2. METODE PENELITIAN

Metodologi (pendekatan) yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, sedangkan metode yang digunakan adalah *survey* dengan analisa komparasi, ”dengan menggunakan metode tersebut peneliti dapat mengetahui

signifikansi perbandingan keadaan sebuah variabel dari sampel yang sama tetapi pada waktu yang berbeda” (Sugiyono, 2006 :115).

Besar atau tingginya perbedaan antara variabel dinyatakan dalam bentuk *mean* skor. Hasil penelitian yang menggunakan uji signifikansi ini tidak selalu menunjukkan perbedaan yang signifikan (berarti) dan tidak dapat diinterpretasikan secara absolut.

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran angket, dan jawaban dari angket tersebut diangkakan (skoring). Skoring ini telah ditetapkan untuk masing-masing alternatif jawaban dari pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang dibagikan kepada responden.

Dalam penyusunan penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yakni berupa penyebaran Angket/kuisisioner dan Studi Pustaka. Data yang diperoleh melalui kuisisioner dibagikan kepada responden/sampel. Selanjutnya, data tersebut diangkakan (skoring) dengan cara memberikan bobot kepada masing-masing alternatif jawaban pertanyaan di dalam angket tersebut. Sehingga, jenis data yang digunakan akan berbentuk data kontinum dengan skala ordinal/ peringkat/ rangking. Jenis data ini jika dinyatakan dalam skala, maka jarak satu data dengan data lain tidak sama.

Setelah memperoleh data yang diperlukan untuk penelitian, maka selanjutnya dilakukan pengolahan data yang meliputi tahapan-tahapan, Penyeleksian, Klasifikasi data, Mentabulasikan data, Pengujian Statistik dan Analisa data yang dikelompokkan berdasarkan kelas-kelas penilaian variabel dan dianalisis dengan menggunakan indikator kesenjangan (*discrepancy*) kepuasan dari teori pengharapan nilai (*expectancy value*) dan menguji hipotesis dengan uji signifikansi *t.test paired sample*.

Untuk mengukur Perbedaan antara *Gratifications Sought* dan *Gratifications*

*Obtained* Mahasiswa Unikom dalam menggunakan Media Sosial, digunakan skala *Likert* dengan 5 (lima) peringkat. Kelima peringkat tersebut disesuaikan dengan makna jawaban atas pertanyaan kuisisioner. Pemberian bobot ini dimulai dari angka 1 (satu) sampai 5 (lima). Untuk jawaban yang bermakna positif akan bernilai 5 dan yang bermakna negatif akan bernilai 1.

Untuk semua item kuisisioner dari setiap konsep penelitian, dihitung dengan cara sebagai berikut:

(1) Jika semua responden menjawab dengan skala tertinggi, maka total nilai yang diperoleh adalah  $5 \times 99 = 495$ ; (2) Jika semua responden menjawab dengan skala terendah, maka total nilai yang diperoleh adalah  $1 \times 99 = 99$ ;

Dengan demikian, dapat dihitung interval untuk setiap item. Range tersebut akan digunakan untuk membentuk kelas-kelas yang berguna untuk menentukan peringkat *Gratifications Sought* dan *Gratifications Obtained*, lebih jelasnya dapat dilihat melalui tabel berikut.

**Tabel Pengelompokan Penilaian Kepuasan**

Nilai	Kategori Kepuasan	
	GS	GO
99 - 178	Sangat Rendah	Sangat Rendah
179 - 257	Rendah	Rendah
258 - 337	Cukup	Cukup
338 - 416	Tinggi	Tinggi
417 - 495	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah perbandingan *mean*. Uji atas kedua *mean* tersebut dilaksanakan untuk menegaskan perbedaan yang ada antara kedua konsep penelitian yang merupakan perbedaan yang signifikan (perbedaan yang berarti) atau hanya perbedaan secara kebetulan saja.

Untuk mengetahui nilai signifikansinya dilakukan dengan menggunakan uji t sampel berpasangan. Adapun pertimbangan peneliti menggunakan rumus statistik tersebut,

karena "Uji *t-test* berfungsi untuk menguji perbandingan, uji korelasional dan uji estimasi secara statistik. Selain itu, *t-test* digunakan untuk data yang berskala ratio atau interval" (Kriyantono, 2006 :218). Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berskala interval.

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian *survey*. Penelitian *survey* adalah "Penelitian yang dilakukan pada suatu populasi dengan mempelajari sampel yang diambil dari populasi tersebut". (Sugiyono, 2003:7). Penelitian *survey* dirancang untuk mengetahui sikap dan perilaku manusia, opini atau tanggapan publik terhadap suatu permasalahan. Berdasarkan pengertian tersebut diatas, maka populasi yang ditetapkan pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Unikom yang aktif pada tahun akademik 2013-2014, yang berjumlah 11.157 orang. (BAAK Unikom dan Unikom Center, September 2013).

Dari jumlah proporsi populasi yang telah didapatkan sebelumnya, maka jumlah sampel yang diperoleh dengan menggunakan rumus *yamane* adalah 99,11 (99 orang), Dari perhitungan tersebut maka jumlah penarikan populasi yang dijadikan responden (sampel) penelitian yakni berjumlah **99** orang.

### 3. HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa Unikom yang aktif pada semester genap tahun akademik 2013-2014. Adapun jumlah seluruh populasi (N) pada penelitian ini adalah 11.157 orang.

#### A. Perbandingan antara Kepuasan Informasi yang dicari dengan Kepuasan Informasi yang diperoleh Mahasiswa dalam menggunakan Social Media

Ada perbedaan rata-rata (*mean*) skor antara kepuasan informasi yang dicari dan kepuasan informasi yang diperoleh mahasiswa di Unikom dalam

menggunakan social media, yakni **388 < 393,66**. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan informasi yang diperoleh lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan informasi yang diinginkan, hal tersebut menggambarkan **sudah** terpenuhinya harapan mahasiswa Unikom pada social media sebagai media pemenuhan kebutuhan Informasi.

Perbandingan antara kepuasan Informasi yang dicari dan yang diperoleh

Konsep	Kepuasan Informasi yang dicari	Kepuasan Informasi yang diperoleh
Skor	409	424
	342	363
	413	394
<b>Total</b>	<b>1164</b>	<b>1181</b>
<b>Mean</b>	<b>388</b>	<b>393,66</b>

#### B. Perbandingan antara Kepuasan Identitas Pribadi yang dicari dengan Kepuasan Identitas Pribadi yang diperoleh Mahasiswa Unikom dalam menggunakan Social Media.

Ada perbedaan rata-rata (*mean*) skor antara kepuasan identitas pribadi yang dicari dan kepuasan identitas pribadi yang diperoleh mahasiswa Unikom dalam menggunakan social media, yakni **367,33 < 373,33**. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan Identitas pribadi yang diperoleh lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan identitas pribadi yang diinginkan, hal tersebut menggambarkan **sudah** terpenuhinya harapan mahasiswa Unikom pada penggunaan *social media* sebagai media pemenuhan kebutuhan Identitas pribadi.

Perbandingan antara Kepuasan Identitas Pribadi yang dicari dan yang diperoleh

Konsep	Kepuasan Identitas Pribadi yang dicari	Kepuasan Identitas Pribadi yang diperoleh
<b>Skor</b>	394	381

	351	348
	357	391
<b>Total</b>	<b>1102</b>	<b>1120</b>
<b>Mean</b>	<b>367,33</b>	<b>373,33</b>

**C. Perbandingan antara Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial yang dicari dengan Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial yang diperoleh Mahasiswa Unikom dalam menggunakan *social media*.**

Ada perbedaan rata-rata (*mean*) skor antara kepuasan Integritas dan Interaksi sosial yang dicari dengan kepuasan Integritas dan Interaksi sosial yang diperoleh mahasiswa dalam menggunakan fasilitas internet di Unikom, yakni **389 = 389**. Tidak adanya perbedaan antara kepuasan Integritas dan interaksi sosial yang diinginkan dengan kepuasan Integritas dan interaksi sosial yang diperoleh menggambarkan bahwa harapan mahasiswa Unikom menggunakan *social media* sebagai media pemenuhan kebutuhan Integritas dan interaksi sosial mahasiswa sudah terpenuhi.

Perbandingan antara Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial yang dicari dan yang diperoleh

Konsep	Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial yang dicari	Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial yang diperoleh
Skor	395	391
	370	374
	404	403
<b>Total</b>	<b>1169</b>	<b>1168</b>
<b>Mean</b>	<b>389,6</b>	<b>389,3</b>

**D. Perbandingan antara Kepuasan Hiburan yang dicari dengan Kepuasan Hiburan yang diperoleh mahasiswa dalam menggunakan fasilitas Internet di Unikom.**

Ada perbedaan rata-rata (*mean*) skor antara kepuasan hiburan yang dicari dengan kepuasan hiburan yang diperoleh mahasiswa Unikom dalam menggunakan

*social media*, yakni **384,33 < 388**. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan hiburan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kepuasan hiburan yang diinginkan, hal tersebut menggambarkan **sudah** terpenuhinya harapan mahasiswa Unikom pada *social media* sebagai media pemenuhan kebutuhan hiburan.

Perbandingan antara Kepuasan Hiburan yang dicari dan yang diperoleh

Konsep	Kepuasan Hiburan yang dicari	Kepuasan Hiburan yang diperoleh
Skor	394	401
	353	358
	406	405
<b>Total</b>	<b>1153</b>	<b>1164</b>
<b>Mean</b>	<b>384,33</b>	<b>388</b>

**E. Perbandingan antara *Gratification Sought* (Kepuasan yang dicari) dan *Gratification Obtained* (Kepuasan yang diperoleh) Mahasiswa Unikom dalam menggunakan *Social Media*.**

Untuk mendapatkan nilai perbandingan ada atau tidaknya perbedaan antara *gratification sought* (Kepuasan yang dicari) dan *gratification obtained* (Kepuasan yang diperoleh), peneliti menggunakan beberapa pengolahan data. Adapun pengolahan-pengolahan data tersebut akan dijabarkan sebagai berikut.

**1. Menghitung koefisien korelasi (kekuatan hubungan) antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*.**

Berdasarkan hasil uji korelasi, peneliti memperoleh nilai korelasi *pairedsample* sebesar 0,788 dengan nilai signifikansi  $\lambda = 0,1$  (*2-tailed*), yang artinya terdapat korelasi (hubungan) yang **kuat** dan **positif** antara *gratification sought* dengan *gratification obtained*.

**2. Menghitung perbedaan Mean Skor**

Berdasarkan pengujian *compare means* dengan *paired samples statistics*,

diperoleh nilai skor total untuk *gratification sought* sebesar 4588 dan nilai skor total untuk *gratification obtained* sebesar 4607, selanjutnya dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 0,1 (2-tailed), didapatkan nilai *mean* (rata-rata) dari *gratification sought* sebesar 46,34 dan *gratification obtained* sebesar 46,54.

Dari hasil pengolahan data tersebut, dapat diasumsikan ada kesenjangan yang sangat kecil antara *gratification sought* dan *gratification obtained* yaitu (46,34 - 46,54), dengan nilai *discrepancy* (kesenjangan) sebesar 0,2. Maka kesenjangan yang terjadi antara *gratification sought* dan *gratification obtained* (46,34 > 46,54), dapat digambarkan bahwa *social media* sudah dapat memuaskan mahasiswa Unikom.

### 3. Melakukan Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya adalah sebagai berikut :

Ho = Tidak ada perbedaan yang signifikan antara *gratification sought* dan *gratification obtained* mahasiswa Unikom dalam menggunakan *Social Media*

Ha = Terdapat perbedaan yang signifikan antara *gratification sought* dan *gratification obtained* mahasiswa Unikom dalam menggunakan *Social Media*.

#### Menghitung nilai *t*-hitung dan *t*-tabel untuk menetapkan kriteria penerimaan/penolakan Hipotesis.

Untuk mendapatkan nilai *t* hitung, peneliti menggunakan analisis data dengan menggunakan SPSS versi 20 (*t-test paired sample*).

Setelah melakukan pengujian statistic, maka nilai *t* hitung berada pada angka -0,462. Untuk menetapkan kriteria penolakan atau penerimaan hipotesis maka nilai *t* hitung tersebut akan dibandingkan dengan nilai distribusi *t* tabel, dengan tingkat signifikansi  $\lambda = 0,1$  (2-tailed).

Dari tabel distribusi *t* diperoleh data bahwa nilai  $t_{\text{tabel}}$  untuk  $\lambda=0,1$  (df) adalah sebesar 1,658 (terlampir). Berdasarkan

kriteria tersebut, maka diperoleh bahwa -0,462 < 1,658 sehingga didapatkan  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  atau **Ho diterima** dan **Ha ditolak**.

Berdasarkan hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya dan dengan mengacu pada kriteria penolakan Ha, maka didapatkan Ho sebagai hipotesis yang diterima, dengan asumsi bahwa "Tidak ada perbedaan yang signifikan antara *gratification sought* (kepuasan yang dicari) dengan *gratification obtained* (kepuasan yang diperoleh) mahasiswa Unikom dalam menggunakan *Social Media*".

### PEMBAHASAN

Setiap mahasiswa yang menggunakan *social media* tersebut tentu saja memiliki motif kebutuhan dan tingkat kepuasan yang berbeda-beda dalam menentukan jenis atau bentuk media guna memenuhi kebutuhan-kebutuhannya, seperti yang diungkapkan oleh McQuail bahwa ada beberapa motif yang menyebabkan seseorang mengkonsumsi suatu media, yaitu : "Motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan". (dalam Kriyantono, 2006 :211)

Dari motif-motif tersebut peneliti mencoba menghubungkan dengan keberadaan *social media*. Dimana jika motif-motif penggunaan media tersebut terpenuhi, maka mahasiswa akan mendapatkan kepuasan yang diharapkan saat menggunakan *social media*. Dengan kesimpulan lainnya bahwa *social media* merupakan sarana atau media yang efektif jika dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan maupun harapan-harapan dari mahasiswa di Unikom.

Berdasarkan Teori Nilai Pengharapan (*Expectancy Value Theory*) dari Philips Palmgreen, ada dua bentuk perilaku kepuasan yakni, kepuasan yang dicari (*gratification sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification obtained*). Kesenjangan (*discrepancy*) antara kedua perilaku kepuasan tersebut merupakan indikator untuk mengukur efektif atau tidaknya suatu media yang digunakan.

Dari uraian teoritis tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penggunaan suatu media, terdapat dua bentuk perilaku sebagai indikator efektif atau tidaknya media tersebut digunakan, oleh sebab itu peneliti melihat suatu gejala yang lebih ditekankan pada penelitian ini yakni tidak selamanya media dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan harapan setiap orang yang menggunakannya, hal tersebut tentu saja tergantung dari motif-motif awal dari setiap individu dalam mengkonsumsi atau menggunakan media-media tertentu. Untuk itu peneliti mencoba menanyakan kepada responden penelitian mengenai motif-motif dan kepuasan yang diperoleh guna membandingkan kedua konsep kepuasan tersebut, yakni kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diperoleh mahasiswa Unikom dalam menggunakan social media.

Sebelum masuk ke pembahasan selanjutnya, peneliti membuat ringkasan dalam bentuk tabel mengenai perbandingan konsep-konsep kepuasan yang telah dianalisis sebelumnya. Adapun tabel mengenai perbandingan antara konsep-konsep *gratification sought* (kepuasan yang dicari) dan konsep-konsep *gratification obtained* (kepuasan yang diperoleh) tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Hasil Perbandingan Konsep-konsep  
Kepuasan

<i>Gratification Sought</i>	mean	ket.	mean	<i>Gratification Obtained</i>
Kepuasan informasi yang dicari	388	<	393	Kepuasan informasi yang diperoleh
Kepuasan identitas pribadi yang dicari	367	<	373	Kepuasan identitas pribadi yang diperoleh
Kepuasan integritas dan interaksi sosial yang dicari	389	=	389	Kepuasan integritas dan interaksi sosial yang diperoleh
Kepuasan hiburan yang dicari	384	<	388	Kepuasan hiburan yang diperoleh

Salah satu analisa paling mendasar tentu saja karena social media selalu terkoneksi ke internet, yang membuat social media selalu update dalam memuaskan penggunaannya. Menurut M. Sugiono (2005), "Kecenderungan mahasiswa untuk menjadikan internet sebagai sarana memperoleh berbagai informasi lebih disebabkan karena frustrasi akibat kelangkaan sumber-sumber pengetahuan yang tersedia di perpustakaan". Di internet ketersediaan sumber-sumber informasi semakin melimpah dan bisa mudah diperoleh hanya dengan sekali akses, jelas merupakan faktor yang sangat mendorong mahasiswa menggunakan internet dalam kegiatan akademis mereka. Dan memang, banyak buku yang tidak bisa didapatkan di perpustakaan tetapi bisa diperoleh di internet dalam bentuk teks elektronik. Buku-buku klasik mulai dari karya Aristoteles, Plato hingga Ferguson, Smith, Rousseau, Marx dan sebagainya bisa didapatkan di internet tanpa biaya apapun, kecuali biaya sambungan internet. Buku-buku terbaru dari penerbit-penerbit bermutu juga tersedia secara elektronik, meskipun hanya bisa diperoleh dengan biaya yang sangat tinggi. Semua kemungkinan yang ditawarkan oleh internet ini jelas lebih menjanjikan bagi mahasiswa.

Berikutnya jika dilihat dari perbandingan antara kepuasan identitas pribadi yang dicari dengan kepuasan identitas pribadi yang diperoleh, terjadi kesenjangan yang menunjukkan bahwa kepuasan identitas pribadi yang diperoleh mahasiswa lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan identitas pribadi yang dicarinya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa social media juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana memperoleh nilai-nilai yang dapat menunjang identitas pribadi mahasiswa, seperti : pemenuhan kebutuhan akan pengetahuan dan prestasi bagi mahasiswa itu sendiri. Asumsi tersebut dilatarbelakangi dari hasil

penelitian Sri Retno Andarwati dan Bambang S. Sankarto mengenai penggunaan internet oleh peneliti Badan Litbang Pertanian di Bogor, yang menemukan bahwa “Kebutuhan untuk berprestasi bagi setiap peneliti merupakan satu dorongan yang muncul dalam dirinya ketika eksistensinya sebagai peneliti dituntut legalisasinya ke dalam kelompok-kelompok jenjang fungsional, sehingga peneliti berusaha memenuhi pengetahuannya melalui penggunaan internet” (Andarwati dan Sankarto, 2005). Selain itu, kelebihan sarana internet yang tidak mengenal batas geografis juga menjadikan internet sebagai sarana yang ideal untuk melakukan kegiatan belajar jarak jauh, baik melalui kursus tertulis maupun perkuliahan.

“Menurut hasil survei yang menunjukkan alasan-alasan seseorang menggunakan media yaitu : Saya ingin belajar bagaimana melakukan sesuatu, yang sebelumnya tidak pernah dilakukan; Saya ingin memuaskan rasa ingin tahu saya; Media membuat saya ingin belajar lebih tentang sesuatu; dan Media memberi saya ide-ide” (Ardianto, 2005 : 28)

Selanjutnya, jika dilihat dari perbandingan antara kepuasan integritas dan interaksi sosial yang dicari dengan kepuasan integritas dan interaksi sosial yang diperoleh, terjadi kesenjangan yang menunjukkan bahwa kepuasan integritas dan interaksi sosial yang dicari mahasiswa sama dengan kepuasan integritas dan interaksi sosial yang diperolehnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa bagi mahasiswa yang ingin bersosialisasi atau berinteraksi tentu saja dapat memanfaatkan social media, para mahasiswa dapat menjalin komunikasi dengan rekan-rekannya di segala penjuru dunia dalam waktu singkat dan biaya yang relatif murah. Selain itu, kini social media telah merambah ke segala bidang termasuk bidang keagamaan, “Bidang yang biasanya jarang mengadaptasi perkembangan teknologi”. Disini social media juga dapat dimanfaatkan untuk sarana dakwah

maupun diskusi-diskusi keagamaan dan kegiatan.

“Berdasarkan fungsi media massa, pakar psikologi mengidentifikasi penetapan integrasi sosial, mencakup kebutuhan untuk memperkuat hubungan dengan keluarga, teman, dan yang lainnya dalam masyarakat, fungsi media untuk memenuhi kebutuhan ini disebut dengan *social utility*. Media dapat memberikan kesamaan landasan untuk pembicaraan masalah-masalah sosial”. (Ardianto, 2005: 29)

Dari uraian tersebut dapat dilihat bahwa tingginya pencarian kepuasan integritas dan interaksi sosial pada mahasiswa, dapat dipengaruhi karena kebutuhan ini memperkuat hubungan mahasiswa dengan siapa saja dalam kehidupan bermasyarakat, sehingga mahasiswa dapat menemukan bahan pembicaraan dengan orang lain dan menjalankan peran sosialnya sebagai mahasiswa pada umumnya.

Kategori yang terakhir yakni perbandingan antara kepuasan hiburan yang dicari dengan kepuasan hiburan yang diperoleh, menunjukkan bahwa kepuasan hiburan yang diperoleh mahasiswa lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan hiburan yang dicarinya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa social media sudah dapat memenuhi harapan mahasiswa akan pemenuhan kebutuhan hiburannya.

Pada dasarnya kebutuhan hiburan merupakan kebutuhan dasar manusia. “Para Peneliti mengemukakan beberapa bentuk perolehan kepuasan hiburan yang dapat ditemukan melalui penggunaan suatu media, yaitu : *stimulation*, pencarian untuk mengurangi rasa bosan; *relaxation*, pelarian diri dari masalah; dan *emotional release*, pelepasan emosi”(Ardianto, 2005 : 29).

Berdasarkan pendapat para peneliti tersebut, dapat disimpulkan bahwa bentuk perolehan kepuasan hiburan melalui penggunaan media akan banyak diperoleh dan ditemukan melalui penggunaan internet, yang menyediakan beraneka ragam bentuk dan jenis hiburan-hiburan,

seperti : Dengan memanfaatkan *game server*, seseorang dapat bermain *game* bersama lawan dari kota maupun negara lain melalui jaringan internet, internet dapat dijadikan sarana penyaluran bakat, hobi, dan sebagainya, sehingga memungkinkan mahasiswa dapat melepaskan rasa bosan dan emosinya melalui penggunaan internet pada fasilitas-fasilitas internet. Hal ini sependapat dengan Hunter (1997), yang mengemukakan bahwa “*World wide web (www)* dapat memberikan kepuasan terhadap kebutuhan melalui penggunaan internet yaitu pencarian hiburan”.

**Hasil Keseluruhan  
Pengolahan dan pengujian Data**

Tingkat kesalahan	0,1 atau 10%
Jumlah sampel	99
Koefisien korelasi antara X <sub>1</sub> dan X <sub>2</sub>	0,788 (Kuat)
Mean Skor GS	46,34
Mean Skor GO	46,54
Discrepancy	0,2
t <sub>hitung</sub>	-0,462
t <sub>tabel</sub> λ=0,1 (df)	1,658
Keputusan	H <sub>a</sub> ditolak

Dari tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat, positif, dan signifikan antara *gratification sought* dan *gratification obtained*. Kesenjangan yang terjadi antara adalah (46,34 < 46,54), yang menggambarkan bahwa social media sebagai sebuah media sudah dapat memuaskan khalayaknya yaitu mahasiswa.

Dari hasil uji hipotesis dan pengolahan data yang telah dilakukan, maka kriteria hipotesis yang diterima yaitu : “Tidak ada perbedaan yang signifikan antara *gratification sought* (kepuasan yang dicari) dengan *gratification obtained* (kepuasan yang diperoleh) Mahasiswa Unikom dalam menggunakan *social media*”. Berdasarkan hipotesis yang telah ditetapkan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara kepuasan yang terjadi antara

kepuasan yang dicari dengan yang diperoleh mahasiswa Unikom dalam menggunakan social media, dan hasil ini dapat diberlakukan untuk seluruh populasi dimana sampel diambil, yakni Seluruh Mahasiswa Unikom yang aktif pada tahun akademik 2013-2014.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menarik suatu kesimpulan yang berpijak pada teori yang digunakan yaitu, *Expectancy Value Theory* (teori nilai pengharapan) oleh Philips Palmgreen, dimana hasil penelitian ini membuktikan dan mengukuhkan bahwa pencarian kepuasan (*gratification sought*) seseorang terhadap suatu media, bergantung pada kepercayaan dan evaluasi mereka pada media tersebut, serta membuktikan bahwa indikator pengukuran untuk mengukur tingkat kepuasan yang diperoleh (*gratification obtained*) dapat dilakukan dengan menanyakan sejauhmana motif-motif awal pencarian kepuasan seseorang dapat terpenuhi.

**SIMPULAN**

1. Terdapat perbedaan antara kepuasan informasi yang dicari dan yang diperoleh, dimana kepuasan informasi yang diperoleh lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan informasi yang diinginkan, hal tersebut menggambarkan **sudah** terpenuhinya harapan mahasiswa Unikom pada social media sebagai media pemenuhan kebutuhan Informasi.
2. Terdapat perbedaan antara kepuasan identitas pribadi yang dicari dan yang diperoleh, dimana kepuasan identitas pribadi yang diperoleh lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan identitas pribadi yang diinginkan, hal tersebut menggambarkan **sudah** terpenuhinya harapan mahasiswa Unikom pada social media sebagai media pemenuhan kebutuhan identitas pribadi.

3. Tidak ada perbedaan antara kepuasan integritas dan interaksi sosial yang dicari dan yang diperoleh, dimana kepuasan integritas dan interaksi sosial yang diperoleh lebih tinggi dibandingkan dengan integritas dan interaksi sosial yang diinginkan, hal tersebut menggambarkan **sudah** terpenuhinya harapan mahasiswa Unikom pada social media sebagai media pemenuhan kebutuhan integritas dan interaksi sosial.
4. Terdapat perbedaan antara kepuasan hiburan yang dicari dan yang diperoleh, dimana kepuasan hiburan yang diperoleh lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan hiburan yang diinginkan, hal tersebut menggambarkan **sudah** terpenuhinya harapan mahasiswa Unikom pada social media sebagai media pemenuhan kebutuhan hiburan.

Ada perbedaan antara kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diperoleh mahasiswa dalam menggunakan social media yang menggambarkan bahwa mahasiswa Unikom sudah merasa puas dengan keberadaan social media sebagai media pemenuhan informasi, identitas pribadi, integritas dan interaksi sosial dan hiburan, sesuai dengan kriteria berdasarkan teori nilai pengharapan, dimana jika kepuasan yang diperoleh sama dengan kepuasan yang dicari menunjukkan bahwa media tersebut dianggap sudah memenuhi kebutuhan penggunaannya.

## REFERENSI

- Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004
- Bungin, H. M. Burhan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2005
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT. Radja Grafindo Persada, Jakarta, 2004.
- Depari, Edward & Collin Mac Andrew, *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan Suatu Kumpulan Karangan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 1982
- De Vito, Joseph, A, Editor : Agus Maulana, *Komunikasi Antar Manusia*, Professional Book, Jakarta, 1997.
- Effendi, Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1992.
- \_\_\_\_\_, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1993.
- \_\_\_\_\_, *Ilmu Komunikasi Teori dan Teori Praktek*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000.
- Hariato, Agus, *Jaringan Komputer AARNET dan Internet*. Asia Institute of Technology, Thailand, 1996
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2006.
- Lull, James. 1998. *Media Komunikasi Kebudayaan*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- McQuail, Denis. 1991. *Teori Komunikasi Massa*. Erlangga. Jakarta.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, Cetakan Pertama, 2000.
- Nazir, Moh, *Metode Penelitian*, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta, 1998.
- Noer Sasoengko, Edi & Andono, Pulung N, *Mengenal Dunia Komputer*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2010
- Pace, R. Wayne and Faules, Don .F, Penerjemah Mulyana, Deddy, *Komunikasi Organisasi, Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002.
- Palapah, M. O dan Atang Syamsudin, *Studi Ilmu Komunikasi*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, Bandung, 1983.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*, PT. Remaja Karya Nusantara, Bandung, 1986.
- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002.
- \_\_\_\_\_, *Psikologi Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, Edisi Revisi, 2003
- Rivers, William L, Jensen, Jay W, Peterson Theodore, *Media Massa & Masyarakat Modern*, edisi kedua, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2003
- Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003.
- \_\_\_\_\_, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1999.
- Santosa, Purbayu Budi dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excell & SPSS*, Andi Offset, Yogyakarta, 2005.
- Sarwono, Jonathan, *Teori dan Latihan Menggunakan SPSS versi 12 Edisi II*, PT. Danamartha Sejahtera Utama, Bandung, 2005
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Universitas Terbuka, 1998
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi (editor). *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta, 1995.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung, 2003.
- \_\_\_\_\_, *Statistika Untuk Penelitian*, CV. Alfabeta, Bandung, 2006
- Soesanto, Astrid S. *Komunikasi dalam Teori Praktek dan Teori I*. Bina Cipta, Bandung, 1977.
- Suhesti, Septi & Nugroho, Bunafit, *Panduan Pintar Internet*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2012.

Uno, Hamzah B. 2008. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Bumi Aksara. Jakarta

Umar, Husein, *Metode-metode Riset Komunikasi Organisasi*, Bumi Aksara Bandung, 2002.

Walgito, Bimo. 2002. *Pengantar Psikologi Umum*. Andi Yogyakarta