

## Pengaruh Penggunaan *Facebook* Terhadap Perilaku Komunikasi Siswa

Arifana\*)

IAIN Padangsidempuan, Indonesia  
koresponden: arifana31@gmail.com

### Abstrak

Kajian dalam penelitian ini fokus pada media sosial *Facebook* karena *platform* tersebut sangat intens dan masif digunakan semua kalangan anak-anak sampai dewasa. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara penggunaan *Facebook* terhadap perilaku komunikasi siswa dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 155 orang yang aktif menggunakan *Facebook*, sedangkan sampel 61 siswa Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah yang duduk di kelas VII, VIII dan IX dengan menggunakan teknik *Sampling Purposive*. Teknik pengumpulan data ialah berupa angket, sedangkan teknik analisis data yang digunakan ialah analisis korelasi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan *Facebook* terhadap perilaku komunikasi siswa Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah Wilayah Sumatera Utara baik secara keseluruhan (simultan) maupun secara individu (parsial).

**Kata Kunci:** *Facebook*, Perilaku Komunikasi, Aktif

### ABSTRACT

*The study in this research focus of Facebook on social media because a platform is very intense and massive to be used by all children and adults. This study aims to look at the influence between the use of social media Facebook on students' communication behavior using quantitative approaches. The population in this study were 155 people who actively used Facebook, while a sample of 61 Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah students who sat in class VII, VIII and IX by using Purposive Sampling technique. The data collection technique is in the form of a questionnaire, while the data analysis technique used is multiple correlation analysis. The results showed that there was a significant influence between the use of Facebook on the communication behavior of Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah students in the North Sumatra Region both overall (simultaneous) and individually (partial).*

**Keywords:** *Facebook, Communication Behavior, Active*

### Pendahuluan

Pertumbuhan pengguna *Facebook* di Indonesia didorong oleh program pengenalan internet kepada usia remaja. Banyak remaja yang menggunakan media *Facebook* sebagai sarana interaktif dalam mendapatkan teman. Adanya *Facebook* membuat setiap orang seolah-olah memiliki dunia baru, sehingga setiap orang merasa sibuk dengan dunianya sendiri.

Penggunaan media sosial seperti *Facebook* pada saat sekarang ini sudah sangat masif dan intens. Sepertinya kedua hal itu sudah mejadi bagian dari hidup manusia pada masa kini, terutama kaum remaja. Di kalangan remaja, *Facebook* adalah suatu hal yang menjadi wadah bagi mereka untuk mendapatkan informasi, berinteraksi, berkomunikasi dengan kawan-kawan yang mereka kenal maupun dari dunia luar yang sama sekali belum mereka kenal.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh APJII yang diterbitkan pada bulan November 2016, pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta pengguna dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 256,2 juta orang. Pada tahun 2011 dari tahun 2010. Internet juga telah digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat dan kelompok umur, termasuk anak-anak usia 5-17 tahun. Dari 132,7 pengguna internet tersebut, diketahui bahwa pengguna dari kalangan pelajar menempati posisi dua terbesar.

Survei tersebut juga menjelaskan bahwa dari 132,7 juta pengguna internet, paling banyak adalah pengguna *Facebook* yaitu sebanyak 71,6 juta atau 54%, diposisi kedua adalah pengguna *instagram* dengan 19,9 juta atau 15% pengguna, sedangkan *youtube* berada diposisi ketiga dengan pengguna sebanyak 14,5 juta atau sebanyak 11%, diikuti oleh pengguna *google*, *twitter* dan lain-lain.

Sesuai survei pengguna media sosial yang paling banyak dari kalangan mahasiswa dan siswa. *Facebook* sudah merupakan bagian dari aktifitas salah satunya adalah kaum pelajar atau siswa sehari-harinya. Dengan penggunaan media sosial yang demikian intens dan dengan durasi yang lama. Sedikit banyaknya akan berpengaruh pada perilaku dan sikap mereka dalam pergaulan sehari-hari.

Antusias mereka terhadap penggunaan internet tentunya membawa hal positif dan negatif terhadap tumbuh kembang anak tersebut. Hal positif yang dapat kita ambil ialah ia dapat mempelajari hal baru atau menambah pengetahuannya terhadap suatu hal seperti belajar mengenal huruf sebagai media penghibur tetapi juga memiliki dampak yang negatif juga.

Masa remaja adalah masa yang mana manusia mulai mengembangkan potensi ataupun kemampuan dalam dirinya. Pada masa tersebut manusia lebih banyak meniru dan mempraktekkan apa yang mereka lihat dan pelajari, karena usia remaja tersebut menurut Peaget (Hurlock, 2004:206) bahwa mereka berada pada masa *adolescence*. Awal masa remaja bermula dari usia 13 tahun sampai 16 atau 17 tahun, dan akhir masa remaja bermula dari usia 16 atau 17 tahun sampai 18 tahun. Dalam usia ini terjadi proses kematangan mental, emosional, sosial dan fisik. Masa remaja dalam sekolah dimulai sejak akhir Sekolah Dasar hingga saat masuk perguruan tinggi.

Dalam beberapa penelitian yang berkaitan dengan penggunaan media sosial terutama *Facebook* sering didapatkan hasil bahwa media sosial tersebut memiliki pengaruh terhadap perilaku sehari-hari para penggunanya terutama remaja. Pada masa remaja otak bekerja lebih banyak, dan keingintahuan mereka terhadap sesuatu sangat besar sehingga mereka akan melakukan ataupun mencoba sesuatu yang tidak mereka sadari akan pengaruhnya.

Peneliti memilih siswa Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah karena beberapa hal, yang pertama adalah diarenakan lokasi sekolah tersebut yang sangat mudah dijangkau dari tempat peneliti tinggal, sehingga sering beberapa kali peneliti melewati tempat itu dan mengamati bagaimana suasana yang ada dilokasi sekolah tersebut, mulai dari bagaimana para guru memperlakukan muridnya, bagaimana anak-anak belajar dan bermain, hingga bagaimana metode-metode yang para guru pakai dalam melaksanakan kegiatan belajar mengajar.

Alasan yang kedua mengapa peneliti memilih lokasi penelitian di Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah karena ada beberapa siswa dari sekolah tersebut yang sudah peneliti amati sangat intens menggunakan *Facebook*. Salah satu yang peneliti amati memiliki hubungan saudara dengan peneliti, sehingga peneliti tahu sedikit perubahan yang ada pada diri siswa tersebut.

## Komunikasi

Komunikasi adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Setiap orang yang hidup dalam masyarakat, sejak bangun tidur sampai tidur kembali, secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (*social relations*).

Kegiatan dalam berkomunikasi merupakan efektifitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lainnya, baik dalam kehidupan di rumah tangga, masyarakat, tempat pekerjaan, atau dimana saja manusia itu berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Secara sederhana istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris yaitu *communication*, yang merupakan adopsi dari bahasa Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 2005:9). Dengan demikian ketika kita melakukan percakapan dengan orang lain, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang diperbincangkan.

Menurut Carl I. Hovland (dalam Effendy, 2005:10) ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap, sedangkan menurut Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”

- a. *Who* (siapa) : Komunikator, orang yang menyampaikan pesan-pesan dalam proses komunikasi massa, bisa perorangan atau mewakili suatu lembaga, organisasi maupun instansi .
- b. *Says what* (apa yang dikatakan) : pernyataan umum, dapat berupa suatu ide, informasi, opini, pesan dan sikap, yang sangat erat kaitannya dengan masalah analisis pesan.
- c. *In Which Channel* (melalui saluran apa) : media komunikasi atau saluran yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan komunikasi.
- d. *To Whom* (kepada siapa) : komunikan atau audiens yang menjadi sasaran komunikasi. Kepada siapa pernyataan tersebut ditunjukkan, berkaitan dengan masalah penerima pesan.
- e. *With What Effect* ( dengan efek apa) : hasil yang dicapai dari usaha penyampaian pernyataan umum itu pada sasaran yang dituju.

Paradigma Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan (Effendy, 2005:10), yakni:

- a. Komunikator (*communicator, source, sender*)  
Komunikator adalah seseorang atau sekelompok orang yang memberikan informasi kepada lawan bicaranya.
- b. Pesan (*message*)  
Pesan merupakan seperangkat lambang yang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- c. Media (*channel, media*)  
Media adalah saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- d. Komunikan (*communicant, receiver, recipient*)  
Komunikan adalah seseorang atau sekelompok orang yang menerima pesan atau informasi dari komunikator.

e. Efek (*effect, impact, influence*)

Efek adalah tanggapan atau seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan. Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan melalui penggunaan simbol/lambang yang dapat menimbulkan efek berupa perubahan tingkah laku yang bisa dilakukan dengan menggunakan media tertentu. Komunikasi memang menyentuh semua aspek kehidupan bermasyarakat, atau sebaliknya semua aspek kehidupan masyarakat menyentuh komunikasi. Justru itu orang melukiskan komunikasi sebagai *ubiquitous* atau serbahadir (Arifin, 2006:20)

Terdapat tiga unsur penting yang selalu hadir dalam setiap komunikasi, yaitu sumber informasi (*receiver*), saluran (*media*), dan penerima informasi (*audience*). Sumber informasi adalah seseorang atau institusi yang memiliki bahaninformasi (pemberitaan) untuk disebarkan kepada masyarakat luas. Saluran adalah media yang digunakan untuk kegiatan pemberitaan oleh sumber berita, berupa media interpersonal yang digunakan secara tatap muka maupun media massa yang digunakan khalayak umum. Sedangkan *audience* adalah per orang atau kelompok dan masyarakat yang menjadi sasaran informasi atau yang menerima informasi (Bungin, 2008:57-58).

### **Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi antarpribadi adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan dapat menanggapi secara langsung. Komunikasi antarpribadi adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan orang lain yang dapat langsung diketahui balikkannya. Deddy Mulyana mengungkapkan bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Suranto, 2011: 3).

### **Fungsi Komunikasi Antarpribadi**

Fungsi komunikasi antarpribadi ialah berusaha meningkatkan hubungan insan (*human relations*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Melalui komunikasi antarpribadi, individu dapat berusaha membina hubungan yang baik dengan individu lainnya, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik di antara individu-individu tersebut (Cangara, 2005:56).

Komunikasi antarpribadi sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena manusia dapat menggunakan kelima alat inderanya untuk memberikan stimuli sebagai daya bujuk pesan yang dikomunikasikan kepada komunikan. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Kenyataannya komunikasi tatap-muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi lewat media massa seperti surat kabar, televisi, ataupun lewat teknologi tercanggih pun.

### **Konteks Media Baru**

Kemajuan teknologi di bidang komunikasi dan informasi berkembang luar biasa dengan banyaknya penemuan-penemuan baru. Diawali dengan transistor, kemudian berkembang ke *microchip system* komunikasi satelit dan lain-lain. Perubahan terbesar di bidang komunikasi sejak munculnya televisi adalah penentuan dan pertumbuhan internet.

Dalam era terakhir media komunikasi interaktif dikenal sebagai media komputer. *video text* dan *teletext*, *teleconferencing*, TV kabel, dan sebagainya (Bungin, 2008: 113). Seiring berkembangnya teknologi dalam bidang komunikasi dan kebutuhan manusia agar bisa tetap berhubungan, meski dipisahkan jarak dan waktu, maka kemudian hal tersebut yang memicu lahirnya media baru. Perkembangan teknologi yang memicu lahirnya media baru tidak serta merta menghapuskan atau mengganti media lama. Ada beberapa karakteristik media lama yang tidak bisa digantikan oleh media baru. Hal ini bisa terjadi karena masyarakat dunia sekarang sudah memasuki sebuah tahapan ke dalam masyarakat informasi. Dalam masyarakat informasi, kebutuhan akan informasi menjadi kebutuhan yang sangat mutlak dimana informasi menjadi komoditas yang bernilai ekonomis dan bermakna strategis. Dengan pentingnya informasi maka masyarakat tak lagi menilai harga yang harus dibayarkan untuk bisa mengikuti perkembangan teknologi komunikasi

Saat ini, saluran media dicirikan dengan banyaknya pilihan yang membingungkan-terdapat ratusan saluran televisi kabel dan program siaran sesuai permintaan yang dapat dijumpai setiap hari, belum lagi internet yang memiliki isi beraneka ragam tanpa batas. Selanjutnya dan mungkin yang lebih penting saat ini teknologi media baru memberi peluang bagi selera dan mengkreasi isi media seperti *blog*, halaman *Facebook*, *portal*, dan catatan harian video *Youtube*. (Berger dkk, 2015; 381).

Menurut Denis McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2011:43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Adapun perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayah dan modernitas, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan subjek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan.

Komunikasi yang diperantai komputer (*computer-mediated communication*) berbeda dengan penggunaan media lain karena sifatnya sementara, multimodal dengan sedikit penggunaan kode perilaku pengaturan, dan memungkinkan “memanipulasi” konten (McQuail, 2011:158)

## Media Sosial

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana defenisi yang selama ini diketahui. Terkadang media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Kata sosial dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial itu sendiri bias dilihat dalam kategori aksi sosial dan relasi sosial.

Dua pengertian dasar tentang media dan sosial telah dijelaskan, namun tidak mudah membuat sebuah defenisi tentang media sosial berdasarkan perangkat teknologi semata. Diperlukan pendekatan teori-teori sosial yang memperjelas apa yang membedakan antara



media sosial dan media lainnya di internet sebelum pada kesimpulan apa yang dimaksud dengan media sosial.

Media Sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Rulli Nasrullah, 2015:13). Media sosial adalah jaringan informasi baru dan teknologi informasi dengan menggunakan suatu bentuk komunikasi menggunakan konten interaktif dan user-diproduksi, dan hubungan interpersonal diciptakan dan dipelihara.

Setidaknya lima fitur utama yang mudah untuk mengidentifikasi (1) jaringan sosial dan interaksi sosial, (2) partisipasi, (3) penggunaan penyedia yang berbeda (misalnya mesin pencari, ruang *blog*, dll), (4) keterbukaan, dan (5) kolaborasi (antara pengguna dan kelompok pengguna) (Eysenbach, 2008)

### **Facebook**

*Facebook* adalah situs jejaring sosial (*social networking*) atau disebut juga layanan jaringan sosial secara online, yang memungkinkan penggunanya saling berinteraksi dan berbagi informasi di seluruh dunia (Arifin, 2009:30). Menurut Saputra (2004) *Facebook* adalah *website* jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan hubungan dan berinteraksi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya.

*Facebook* adalah sebuah situs web jejaring sosial populer yang diluncurkan pada 4 Februari 2004. FB didirikan oleh Mark Zuckerberg seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984 dan mantan murid Ardsley HighSchool. Pada awal awal kuliahnya situs web jejaring sosial ini, kenanggotaannya masih dibatasi untuk mahasiswa dari Harvard College.

Terdapat sejumlah kelebihan fasilitas ataupun fitur yang dimiliki *Facebook* dibanding program media sosial lainnya yang dapat digunakan dan dinikmati oleh para penggunanya, yaitu :

1. Umumnya data profil di riil karena sebagai *personal pressrelease* dan meningkatkan jaringan pertemanan. Baik itu teman baru atau teman lama, di dalam atau pun di luar negeri, serta baik yang sudah dikenal ataupun teman baru.
2. *Updating* data dapat dilakukan dengan mudah, bisa melalui *personal computer* (PC), laptop, smartphone yang terhubung dengan internet dan *handphone*.
3. *Tag* atau penamaan yang saling terhubung untuk foto-foto, sehingga bisa menjadi awal untuk saling berkomunikasi dengan teman-teman lama. Fasilitas ini bisa menjadi salah satu kunci penting yang memungkinkan *facebook* menjadi ajang reuni atau mencari teman lama dimana pun berada.
4. Pengorganisasian kegiatan *updating* lebih mudah karena ada pemberitahuan (notifikasi) tentang banyak hal sehingga mudah untuk mengetahui tambahan reaksi teman-teman sejak *log in* yang terakhir. Notifikasi ini misalnya ada teman yang menyetujui menjadi teman, teman yang menulis pesan.
5. Notifikasi atau *alert* (pemberitahuan sesaat) dapat juga dilihat di alamat *e-mail* yang terdaftar.
6. Dimungkinkan juga untuk *chatting* satu orang dengan satu orang dan *chatting* secara bersama-sama.
7. Bisa membuat grup sesuai dengan keinginan, sehingga memudahkan untuk mengelompokkan rekan sesuai dengan klasifikasi tertentu.

8. Terdapat penelitian pada dinding yaitu menuliskan pesan ke publik ke teman yang memungkinkan untuk memberikan nilai positif atau teman tertentu.
9. Dapat mengirim pesan secara terbatas. Terdapat tiga kategori pengiriman pesan yaitu kirim ke satu orang, kirim ke semua anggota grup, kirim khusus untuk admin dan kirim ke kelompok rekan-rekan.
10. Memungkinkan untuk melihat acara yang akan dihadiri dan teman yang akan ulang tahun, pada menu *events* dan *birthdays*.
11. Layanan *selling* (penjualan/penawaran barang atau jasa) yang diperbolehkan antar *user*.
12. Layanan *mobile access*, yakni layanan untuk mobile dengan *feature* bisa melalui *short messages system* (SMS) (Rusman, dkk. 2011:407)

## Remaja

Menurut Peaget (dalam Hurlock, 2004:206) bahwa masa remaja adalah dimana ketika mereka berada pada masa *adolescence*. Awal masa remaja bermula dari usia 13 tahun sampai 16 atau 17 tahun, dan akhir masa remaja bermula dari usia 16 atau 17 tahun sampai 18 tahun. Dalam usia ini terjadi proses kematangan mental, emosional, sosial dan fisik. Pada masa ini terjadi masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju ke masa dewasa yang meliputi perubahan biologik, perubahan psikologik dan perubahan sosial.

Menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004: 53) masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek/ fungsi untuk memasuki masa dewasa. Masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria. Sedangkan menurut Zakiah Darajat (1990: 23) remaja adalah masa peralihan diantara masa kanak-kanak dan dewasa. Dalam masa ini anak mengalami masa pertumbuhan dan masa perkembangan fisiknya maupun perkembangan psikisnya. Mereka bukanlah -anak baik bentuk badan ataupun cara berfikir atau bertindak, tetapi bukan pula orang dewasa yang telah matang.

Hal senada diungkapkan oleh Santrock (2003: 26) bahwa remaja (*adolescence*) diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial-emosional. Batas usia remaja yang umum digunakan oleh para ahli adalah antara 12 hingga 21 tahun. Rentang waktu usia remaja ini biasanya dibedakan atas tiga, yaitu 12 – 15 tahun = masa remaja awal, 15 – 18 tahun = masa remaja pertengahan, dan 18 – 21 tahun = masa remaja akhir. Tetapi Monks, Knoers, dan Haditono membedakan masa remaja menjadi empat bagian, yaitu masa pra-remaja 10 – 12 tahun, masa remaja awal 12 – 15 tahun, masa remaja pertengahan 15 – 18 tahun, dan masa remaja akhir 18 – 21 tahun (Deswita, 2006: 192)

Definisi yang dipaparkan oleh Sri Rumini & Siti Sundari, Zakiah Darajat, dan Santrock tersebut menggambarkan bahwa *masa remaja* adalah masa peralihan dari masa anak-anak dengan masa dewasa dengan rentang usia antara 12-22 tahun, dimana pada masa tersebut terjadi proses pematangan baik itu pematangan fisik, maupun psikologis.

## Teori S-O-R

Teori S-O-R adalah singkatan dari *Stimulus-Organism-Response* merupakan proses komunikasi yang menimbulkan reaksi khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Unsur-unsur pada model ini adalah pesan (*Stimulus*), komunikan (*Organism*), dan efek (*Response*) (Effendy, 2003: 254).

Effendy (2003:225) menjelaskan, bahwa pada awalnya teori ini berasal dari psikologi, kalau kemudian menjadi teori komunikasi tidaklah mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afektif dan konasi. Prinsip teori ini sebenarnya merupakan prinsip yang sederhana, yaitu respon merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media.

Menurut model ini, organism menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Asumsi dasar dari model ini adalah : media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Stimulus Response Theory atau S-R theory. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif; misal jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palangan muka maka ini merupakan reaksi negatif.

Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu *Hypodermic needle* atau teori jarum suntik. Asumsi dari teori inipun tidak jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikan. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula.

Respon atau perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu. Stimulus yang merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau ditolak, komunikasi yang terjadi dapat berjalan apabila komunikan memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya. Sampai pada proses komunikan tersebut memikirkannya sehingga timbul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya. Perubahan sikap dapat terjadi berupa perubahan kognitif, afektif atau behavioral.



## Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan “penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*)” (Sugiono, 2006:11). Penyajian data dalam penelitian kuantitatif adalah berupa angka-angka dan menggunakan analisa statistik biasanya bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara variabel, menguji teori dan mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediksi (Sugiono, 2006:11).

Metode penelitian kuantitatif yang digunakan adalah metode penelitian korelasional untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui pengaruh yang bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel *independen* dengan variabel *dependen* ini ialah dengan proses penganalisaan data yang berupa data kuantitatif. Adapun hipotesa atau jawaban sementara dari penelitian ini adalah: 1. Tidak ada pengaruh penggunaan media sosial Facebook terhadap perilaku komunikasi siswa Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah Sumatera Utara. 2. Ada pengaruh penggunaan media sosial Facebook terhadap perilaku komunikasi siswa Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah Sumatera Utara.

Populasi dalam penelitian adalah siswa Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah yang duduk di kelas VII, VIII dan IX serta aktif menggunakan Facebook. Dari keseluruhan siswa berjumlah 216 orang (sumber: Arsip Sekolah), sedangkan yang aktif menggunakan Facebook sebanyak 155 (sumber : Data Peneliti). Dari populasi yang berjumlah 155 siswa, dikarenakan jumlah populasi yang diambil dalam penelitian ini lebih dari 100 orang, maka penelitian ini mengambil sebagian yang menjadi sampel sebagai responden. Untuk mendapatkan jumlah sampel penelitian, peneliti menggunakan rumus Slovin yang dijelaskan oleh Sugiyono (2011:87). Adapun rumus Slovin yang dimaksud adalah :

$$\eta = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas kesalahan yang ditoleransi (peneliti mengambil kesalahan 10% atau 0,1)

Berdasarkan rumus di atas, maka untuk menentukan jumlah sampel dari data keseluruhan populasi adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{155}{1+155(0,1)^2} = \frac{155}{2,55} = 60,78 \text{ (digenapkan menjadi 61)}$$

Untuk itu, jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 61 siswa. Guna menyeleksi sampel yang berjumlah 61 dari populasi yang berjumlah 155 siswa, peneliti menggunakan teknik *Sampling Purposive*. *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2011:84). Pertimbangan yang dimaksud adalah pemilihan sampel berdasarkan durasi siswa dalam menggunakan media sosial Facebook. Peneliti menggunakan angket atau kuesioner dan diukur dengan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok

orang tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2011:93). Dalam penelitian ini menggunakan empat alternatif jawaban, yaitu : "Sangat Setuju", "Setuju", "Kurang Setuju" dan "Tidak Setuju". Skor jawaban mempunyai nilai antara 1 (satu) sampai 4 (empat). Untuk menguji validitas tiap item instrument adalah dengan mengkorelasikan antara skor-skor tiap item dengan skor total keseluruhan instrument. Item dikatakan valid, jika " $r_{hit} > r_{tab}$ " dan sebaliknya (Sudijono, 1987:190). Untuk mengetahui validitas instrument pada penelitian ini, digunakan program *SPSS 21.0 for windows*. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas adalah uji derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Butir Kuesioner dikatakan *reliable* (handal) apabila jawaban seseorang terhadap kuesioner adalah konsisten. Penentuan kuesioner *reliable* (handal) dengan menggunakan *alpha cronbach*  $> 0,60$  dan tidak *reliable* (handal) jika sama dengan atau dibawah  $0,60$  (Sunnyoto, 2013:114). Ada dua tahap dalam menganalisis data yaitu pengujian persyaratan analisis dan pengujian hipotesis. Sesuai dengan jenis penelitian ini, maka sebelum teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis diterapkan, terlebih dahulu data dideskripsikan dengan mengungkapkan mean, median, modus, dan standar deviasi, juga disajikan daftar distribusi frekuensi dan histogram. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas dan uji multikolinieritas. Tingkat signifikan ditentukan dengan  $\alpha = 5\%$ . Perlu diketahui bahwa besaran yang sering digunakan dalam penelitian non eksakta untuk menentukan taraf nyata adalah  $1\%$ ,  $5\%$ ,  $10\%$  (Sanusi, 2003:54). Untuk mengetahui kebenaran hipotesis didasarkan pada ketentuan sebagai berikut:

- $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau jika  $t_{sig} < \alpha$
- $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau jika  $t_{sig} > \alpha$

a. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Formulasi hipotesis:

$H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$  : artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

$H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$  : artinya variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk menguji kebenaran hipotesis alternatif dilakukan uji F dengan rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{1 - R^2}{n - k - 1}}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independen.

Penelitian ini dilaksanakan di Kompleks sekolah Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah yang beralamat di Jalan Mesjid No. 806 Desa Bandar Khalipah Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Lokasi sekolah ini berada 12 km dan memiliki jarak tempuh  $\pm$  20 menit melalui jalan lintas Medan-Batang Kuis dari pusat kota Medan ke arah timur laut.

Sekolah Tsanawiyah yang satu-satunya dimiliki oleh Pimpinan Wilayah Aisyiyah Sumatera ini berdiri sejak tahun 2002, memiliki dua gedung sekolah dan salah satu gedungnya berlantai dua dengan satu ruang guru dan enam ruang kelas. Jumlah siswa yang terdaftar bersekolah disana adalah sebanyak 216 siswa dengan rincian kelas VII sebanyak 76 siswa, kelas VIII sebanyak 79 dan kelas IX sebanyak 61 siswa (Sumber : Arsip Sekolah). Waktu Penelitian dilaksanakan sejak bulan Juli hingga September 2019.

## Hasil dan Pembahasan

Setelah kuesioner yang berisikan 11 pertanyaan pada variabel X (*facebook*) dan pada variabel Y (perilaku komunikasi), disusun kemudian disebar kepada responden yang menjadi objek penelitian ini yaitu siswa Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah Wilayah Sumatera utara yang berjumlah 61 orang. Agar penyebaran angket bisa merata dan bisa merepresentasikan jawaban dari seluruh siswa yang aktif menggunakan *facebook*, maka cara yang digunakan peneliti adalah membagi jumlah sampel dengan pembagian yang mewakili kelas masing-masing. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar, didapatkan hasil tabulasi data sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekwensi	Persentasi
1	Laki-Laki	27	44,26
2	Perempuan	34	55,74
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Kuesioner Penelitian (2019)*

Berdasarkan keterangan tabel 3, dapat dilihat bahwa dari jenis kelamin, responden penelitian ini lebih didominasi oleh siswa perempuan yaitu sebanyak 34 orang atau 55,74 %, . Sedangkan selebihnya sebanyak 27 orang atau 44, 26 % adalah siswa berjenis kelamin laki-laki.

**Tabel 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas**

No	Kelas	Frekwensi	Persentasi
1	IX	25	40,98
2	VIII	25	40,98
3	VII	11	18,04
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

*Sumber : Kuesioner Penelitian (2019)*

Berdasarkan tabel 4, hasil tabulasi data dapat dilihat bahwa jumlah responden yang duduk di kelas IX (sembilan) dan kelas VIII (delapan) adalah sama yaitu berjumlah 25 orang atau 40,98%. Sedangkan yang duduk dikelas VII (tujuh) adalah sebanyak 11 orang atau 18,04%.

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekwensi	Persentasi
1	11 Tahun	1	1,64
2	12 Tahun	13	21,31
3	13 Tahun	15	24,59

4	14 Tahun	24	39,34
5	15 Tahun	6	9,84
6	16 Tahun	2	3,28
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian (2019)

Tabel 5, menunjukkan bahwa dari segi usia, responden yang paling banyak adalah siswa yang berusia 14 tahun yaitu sebanyak 24 orang atau 39,34%. Kemudian sebanyak 15 orang atau 24,59%, adalah siswa yang berusia 13 tahun, lalu sebanyak 13 orang (21,31%) siswa berusia 12 tahun, 6 orang (9,84%) berusia 15 tahun, 2 orang (3,28%) berusia 16 tahun dan 1 orang atau 1,64% adalah siswa yang berusia 11 tahun.

Hasil yang diperoleh dari responden berdasarkan jawaban atas pertanyaan yang diberikan untuk mengetahui pengaruh *facebook* dan *youtube* terhadap perilaku komunikasi siswa Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah Wilayah Sumatera Utara, kemudian dideskripsikan dan dicocokkan dengan tabel penentuan kategori setiap variabel yang dimaksud. Adapun deskriptif persentase jawaban pertanyaan dari masing-masing sub variabel adalah sebagai berikut :

a) Variabel *Facebook*

Deskriptif persentasi dari hasil jawaban atas pertanyaan berdasarkan indikator dari variabel *facebook*, dapat dilihat dari tabel-tabel berikut :

Tabel 6  
 Dalam Satu Hari Berapa Sering Dalam Sehari Anda Membuka Facebook

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Sering	8	13,1
2	Kurang Sering	21	34,4
3	Sering	18	29,5
4	Sangat Sering	14	23,0
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.1 (2019)

Tabel 6 menunjukkan bahwa jawaban responden ketika ditanya berapa sering dalam satu hari mereka membuka *facebook*, dari 61 orang yang terbanyak dari mereka yaitu sebesar 21 orang atau 34,4% menjawab kurang sering, sedangkan 18 orang (23%) menjawab sering. Kemudian 14 orang atau 23,0% menjawab sangat sering dan yang menjawab tidak sering hanya 8 orang atau 13,1%. Selisih yang tidak terlalu jauh antara jawaban terbanyak yaitu kurang sering (21 orang) dan sering (18) yang hanya berjarak 3 angka, bahkan jika ditambah jawaban sangat sering (14 orang), maka dapat disimpulkan bahwa kebanyakan siswa tersebut cukup sering membuka *Facebook*.

Tabel 7  
 Berapa Lama Waktu Yang Anda Gunakan Ketika Menggunakan *Facebook*



No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Dibawah 1 Jam	24	39,3
2	1 Sampai 3 Jam	18	29,5
3	3 Sampai 5 Jam	11	18,1
4	Lebih Dari 5 Jam	8	13,1
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.2 (2019)

Berdasarkan tabel 7, dapat dijelaskan bahwa lama waktu yang digunakan oleh siswa ketika menggunakan *Facebook*, dari 61 orang paling banyak menjawab kurang dari 1 jam, yaitu sebanyak 24 orang atau 39,3%. Kemudian yang menjawab antara 1 sampai 3 jam adalah sebanyak 18 orang (29,5%), lalu sebanyak 11 orang (18,1%) menjawab antara 3 sampai 5 jam dan yang terakhir sebanyak 8 orang (13,1) menggunakan *facebook* lebih dari 5 jam. Berdasarkan jawaban responden tersebut, diketahui bahwa mereka menggunakan *Facebook* memerlukan durasi waktu yang sedikit dan tidak lama, akan tetapi dengan frekwensi yang sering.

Tabel 8  
Anda Mengetahui *Facebook* Bukan Dengan Sendirinya, Melainkan Melalui Teman Atau Media Lain

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	16	26,2
2	Kurang Setuju	7	11,5
3	Setuju	22	36,1
4	Sangat Setuju	16	26,2
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.3 (2019)

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui bahwa jawaban responden atas pertanyaan tentang apakah mereka mengetahui *Facebook* melalui teman atau media lain, bukan tahu dengan sendirinya, maka kebanyakan mereka menjawab setuju yaitu sebesar 36 % atau sebanyak 22 orang. Sedangkan yang menjawab tidak setuju dan sangat setuju memiliki jumlah yang sama banyak yaitu 16 orang atau 26,2%, selebihnya 7 orang atau 11,5% menjawab kurang setuju. Hal tersebut dapat diartikan kebanyakan mereka mengetahui *Facebook* melalui ajakan teman atau informasi yang mereka dapat dari media lain, misal televisi, radio, ataupun media cetak. Bisa dikatakan mereka menggunakan *Facebook* karena ikut teman atau mengikuti tren.

Tabel 9  
 Fitur Menulis Status Dan Komentar Di *Facebook* Sangat Menarik

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	10	16,4
2	Kurang Setuju	11	18,0
3	Setuju	24	39,3
4	Sangat Setuju	16	26,2
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.4 (2019)

Berdasarkan distribusi jawaban responden tentang apakah fitur menulis status atau kolom komentar yang ada di *facebook* sangat menarik yang terdapat pada tabel 9, maka diketahui dari 61 responden yang paling banyak mereka menjawab setuju yaitu sebanyak 24 orang atau 39,3%. Kemudian yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 orang (26,2), yang menjawab kurang setuju sebanyak 11 orang (18,0%) dan yang menjawab tidak setuju sebanyak 10 orang atau 16,4%. Hal tersebut berarti kebanyakan para siswa menganggap bahwa fitur menulis status dan komentar yang ada pada *facebook* menarik dan mereka menyukainya.

Tabel 10  
 Fitur Chatting Atau Ngobrol, Berkirim Pesan Di *Facebook* Sangat Menarik

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	8	13,1
2	Kurang Setuju	4	6,6
3	Setuju	29	47,5
4	Sangat Setuju	20	32,8
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.5 (2019)

Berdasarkan distribusi jawaban responden tentang apakah fitur chatting atau ngobrol, berkirim pesan yang ada di *Facebook* yang terdapat pada tabel 10, maka diketahui dari 61 siswa yang paling banyak menjawab setuju yaitu sebanyak 29 orang atau 47,5%. Kemudian yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang (32,8%), lalu yang menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang (13,1%) dan yang menjawab kurang setuju 4 orang atau 6,6%. Hal tersebut berarti kebanyakan para siswa menganggap bahwa fitur *chatting* berkirim pesan yang ada pada *Facebook* menarik dan mereka menyukainya.

Tabel 11  
 Fitur Grup *Facebook* Sangat Menarik

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	13	21,3
2	Kurang Setuju	9	14,8

3	Setuju	23	37,7
4	Sangat Setuju	16	26,2
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.6 (2019)

Berdasarkan distribusi jawaban responden tentang apakah fitur grup yang ada di *Facebook* sangat menarik yang terdapat pada tabel 11, diketahui dari 61 siswa yang paling banyak menjawab setuju yaitu sebanyak 23 orang atau 37,7%. Kemudian yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 orang (26,2%), lalu yang menjawab tidak setuju sebanyak 13 orang (21,3%) dan yang menjawab kurang setuju sebanyak 9 orang atau 14,8%. Hal tersebut berarti kebanyakan para siswa menganggap bahwa fitur grup yang ada pada *Facebook* menarik dan mereka menyukainya.

Tabel 12  
 Fitur Unggah Dan Unduh Video Atau Foto Di *Facebook* Sangat Menarik

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	8	13,1
2	Kurang Setuju	11	18,0
3	Setuju	25	41,0
4	Sangat Setuju	17	27,9
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.7 (2019)

Berdasarkan distribusi jawaban responden tentang apakah fitur unggah dan unduh video atau foto yang ada di *Facebook* yang terdapat pada tabel 12 sangat menarik. Diketahui dari 61 siswa yang paling banyak menjawab setuju yaitu sebanyak 25 orang atau 41,0%. Kemudian yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang (27,9%), lalu yang menjawab kurang setuju sebanyak 11 orang (18,0%) dan yang menjawab kurang setuju sebanyak 8 orang atau 13,1%. Hal tersebut berarti kebanyakan para siswa menganggap bahwa fitur unggah dan unduh video atau foto yang ada pada *facebook* menarik dan mereka menyukainya.

Tabel 13  
 Saya Menyukai Membaca Status Teman Atau Idola Saya Di *Facebook*

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	9	14,8
2	Kurang Setuju	11	18,0
3	Setuju	19	31,1
4	Sangat Setuju	22	36,1
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.8 (2019)

Berdasarkan tabel 13, distribusi jawaban responden tentang menyukai membaca status teman atau idola mereka di *Facebook* tersebut, diketahui bahwa dari 61 siswa, sebanyak 22 orang atau 36,1% menjawab sangat setuju. Sedangkan yang menjawab setuju

yaitu sebanyak 19 orang atau 31,1%, dan yang menjawab kurang setuju sebanyak 11 orang (18,0%), sisanya sebanyak 9 orang (14,8%) menjawab tidak setuju. Itu berarti aktifitas mereka saat menggunakan *Facebook* adalah membaca status *Facebook* teman dan idola mereka.

Tabel 14

Dalam Membaca Atau Berkirim Status Di *Facebook* Saya Selalu Memilih Yang Baik

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	1	1,6
2	Kurang Setuju	3	4,9
3	Setuju	20	32,8
4	Sangat Setuju	37	60,7
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.9 (2019)

Dilihat dari tabel 14, dapat dijelaskan bahwa dari 61 orang responden, sebanyak 37 orang atau 60,7% menjawab sangat setuju bahwa dalam membaca atau berkirim status di *Facebook* mereka selalu memilih yang baik. Kemudian yang menjawab setuju yaitu sebanyak 20 orang atau 32,8%, sedangkan yang menjawab kurang setuju yaitu sebanyak 3 orang (4,9) dan yang menjawab tidak setuju hanya 1 orang atau 1,6%. Hal tersebut berarti bahwa para siswa dalam menggunakan *Facebook* mereka tidak sembarangan memilih atau melihat konten yang ada akan tetapi mereka terlebih dahulu menyeleksi dan hanya memilih yang baik bagi mereka.

Tabel 15

Ketika Menggunakan *Facebook* Saya Selalu Mendapat Sesuatu Hal Dan Pengalaman Yang Baru

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	7	11,5
2	Kurang Setuju	6	9,8
3	Setuju	25	41,0
4	Sangat Setuju	23	37,7
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.10 (2019)

Tabel 15, menunjukkan bahwa dari 61 responden, sebanyak 25 orang atau 41,0%, paling banyak mereka menjawab setuju bahwa ketika menggunakan *facebook* mereka selalu mendapatkan sesuatu hal dan pengalaman yang baru dan 23 orang (37,7%) yang memilih sangat setuju, sedangkan yang memilih tidak setuju 7 orang (11,5%) dan yang memilih kurang setuju adalah 6 orang atau 9,8%.

Tabel 16

Dengan Menggunakan *Facebook*, Saya Tetap Selalu Terhubung Oleh Kerabat Dan Teman

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	3	4,9
2	Kurang Setuju	4	6,6
3	Setuju	14	23,0
4	Sangat Setuju	40	65,6
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.11 (2019)

Berdasarkan tabulasi tabel 16, dapat dilihat bahwa dari 61 responden, sebanyak 40 orang atau 65,6%, atau lebih dari separuhnya memilih sangat setuju bahwa dengan menggunakan *Facebook*, mereka bisa selalu tetap terhubung oleh kerabat dan teman mereka. Sebanyak 14 orang atau 23,0% menjawab setuju, sedangkan yang menjawab kurang setuju sebanyak 4 orang (6,6%) dan yang menjawab tidak setuju hanya 3 orang atau 4,9%. Menurut penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden merasa bisa selalu tetap terhubung dengan teman atau kerabat mereka dengan menggunakan *Facebook*. Hal itu sesuai dengan fungsi *Facebook* sebagai jaringan yang dapat menghubungkan seseorang dengan orang lain dari satu tempat dengan tempat lain dari seluruh dunia.

Tabel 17  
Anda Mengetahui *Facebook* Bukan Dengan Sendirinya, Melainkan Melalui Teman Atau Media Lain

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	11	18,0
2	Kurang Setuju	12	19,7
3	Setuju	18	29,5
4	Sangat Setuju	20	32,8
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.12 (2019)

Berdasarkan tabel 19 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban responden atas pertanyaan tentang apakah mereka mengetahui *Facebook* melalui teman atau media lain, bukan tahu dengan sendirinya, maka kebanyakan mereka menjawab sangat setuju yaitu sebesar 32,8% atau sebanyak 20 orang. Kemudian selanjutnya yang memilih setuju yaitu sebanyak 18 orang atau 29,5%, dan yang memilih kurang setuju sebanyak 12 orang (19,7%) dan yang terakhir sebanyak 11 orang atau 18,0% yang memilih tidak setuju. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar siswa mengetahui aplikasi *Facebook* melalui informasi yang mereka dapat dari teman ataupun media lainnya, televisi, spanduk dan media lainnya.



b) Variabel Perilaku Komunikasi

Deskriptif persentasi dari hasil jawaban atas pertanyaan berdasarkan indikator dari variabel perilaku komunikasi, dapat dilihat dari tabel-tabel berikut:

Tabel 18  
Ketika Menggunakan Facebook, Saya Selalu Mencari Sesuatu Yang Baru Dengan Melakukan Interaksi Dengan Teman, Ataupun Orang Lain

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	7	11,5
2	Kurang Setuju	9	14,8
3	Setuju	24	39,3
4	Sangat Setuju	21	34,4
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.13 (2019)

Berdasarkan tabel 18, hasil jawaban responden tentang pernyataan bahwa menggunakan *Facebook* mereka selalu mencari hal baru dengan melakukan interaksi kepada teman ataupun orang lain di *Facebook* dapat dilihat bahwa dari 61 siswa, paling banyak mereka menjawab setuju yaitu sebanyak 24 orang atau 39,3%, kemudian yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang atau 34,4%, sedangkan yang menjawab kurang setuju sebanyak 9 orang (14,8%) dan yang menjawab tidak setuju hanya 7 orang atau sebesar 11,5%. Kesimpulan dari penjelasan jawaban kuesioner di atas adalah para siswa menggunakan *Facebook* dan berinteraksi dengan orang lain di kedua media sosial itu karena ingin mendapatkan hal baru, pengalaman baru dan juga kosa kata baru, yang membuat mereka merasa tidak ketinggalan zaman.

Tabel 19  
Ketika Menggunakan *Facebook*, Saya Selalu Ingin Mendapatkan Respons, Maka Dari Itu Saya Selalu Aktif Menulis Status Atau Berkomentar

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	13	21,3
2	Kurang Setuju	22	36,1
3	Setuju	15	24,6
4	Sangat Setuju	11	18,0
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.14 (2019)

Berdasarkan hasil jawaban responden tentang pernyataan bahwa menggunakan *Facebook* mereka selalu ingin mendapatkan respons, makanya mereka aktif menulis status atau berkomentar dan melakukan interaksi kepada teman ataupun orang lain di *Facebook* berdasarkan tabel 29, dapat dilihat bahwa dari 61 siswa, paling banyak mereka menjawab kurang setuju yaitu sebanyak 22 orang atau 36,1%, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 15 orang atau 24,6%. Siswa yang menjawab tidak setuju sebanyak 13 orang (21,3%) dan yang menjawab sangat setuju hanya 7 orang atau sebesar 11,5%. Kesimpulan

dari penjelasan jawaban kuesioner diatas adalah bahwa para siswa menggunakan *Facebook* tidak selalu ingin mendapatkan respons, akan tetapi hanya sekedar membuat status dan berkomentar tanpa peduli mendapatkan tanggapan dari teman ataupun orang lain.

Tabel 20  
Menggunakan *Facebook*, Saya Selalu Ingin Mendapatkan Informasi Dan Pengetahuan

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	3	4,9
2	Kurang Setuju	4	6,6
3	Setuju	21	34,4
4	Sangat Setuju	33	54,1
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.15 (2019)

Dari hasil jawaban responden tentang pernyataan bahwa mereka menggunakan *Facebook* adalah karena ingin mendapatkan informasi dan pengetahuan, berdasarkan tabel 30, dapat dilihat bahwa dari 61 siswa, mereka lebih banyak yang menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 33 orang atau 54,1%, kemudian yang menjawab setuju sebanyak 21 orang atau 34,4%, sedangkan yang menjawab kurang setuju hanya 4 orang (6,6%) dan yang menjawab tidak setuju hanya 3 orang atau sebesar 4,9%. Kesimpulan dari penjelasan jawaban kuesioner di atas adalah bahwa para siswa menggunakan *Facebook* dan karena ingin menambah ilmu pengetahuan dan informasi. Dalam status yang dibagikan di *Facebook* banyak yang berisi tentang pelajaran dan juga informasi tentang kejadian yang ada di sekitar kita.

Tabel 21  
Saya Selalu Mendahulukan Sesuatu Yang Membuat Rasa Aman Ketika Berinteraksi Dengan Orang Melalui *Facebook*

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	5	8,2
2	Kurang Setuju	13	21,3
3	Setuju	27	44,3
4	Sangat Setuju	16	26,2
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.16 (2019)

Tabel 21, hasil jawaban responden tentang pernyataan bahwa menggunakan *Facebook* mereka selalu mendahulukan sesuatu yang membuat rasa aman ketika melakukan interaksi kepada teman ataupun orang lain di *Facebook*, berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa dari 61 siswa, yang paling banyak yaitu jawaban setuju sebanyak 27 orang atau 44,3%, kemudian yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 orang atau 26,2%. Sedangkan yang menjawab kurang setuju sebanyak 13 orang (21,3%) dan yang menjawab tidak setuju hanya 5 orang atau sebesar 8,2%. Kesimpulan dari penjelasan jawaban kuesioner diatas adalah bahwa kebanyakan para siswa ketika menggunakan

*Facebook* lebih mendahulukan rasa aman ketika berinteraksi dengan seseorang di kedua media sosial tersebut. Rasa aman tentu sangat diperlukan oleh seseorang terutama ketika berhubungan dengan orang luar yang belum pernah kita kenal sebelumnya.

Tabel 22  
Ketika Melakukan Komunikasi Melalui *Facebook*, Saya Selalu Ingin Kelihatan Pintar Dan Lebih Dari Yang Lain

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	10	16,4
2	Kurang Setuju	14	23,0
3	Setuju	23	37,7
4	Sangat Setuju	14	23,0
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.17 (2019)

Berdasarkan tabel 22, distribusi hasil jawaban responden tentang pernyataan ketika melakukan komunikasi di *Facebook*, mereka selalu ingin kelihatan pintar dan lebih dari yang lain, dapat dilihat bahwa dari 61 siswa, paling banyak mereka menjawab setuju yaitu sebanyak 23 orang atau 37,7%, kemudian yang menjawab sangat setuju dan kurang setuju memiliki jumlah yang sama yaitu sebanyak 14 orang atau 23,0%. Sedangkan yang menjawab tidak setuju 9 orang atau sebesar 16,4%. Kesimpulan dari penjelasan jawaban kuesioner di atas adalah terlihat bahwa para siswa ketika berkomunikasi di-*Facebook*, mereka ingin selalu terlihat lebih dari orang lain dalam hal pengetahuan. Oleh sebab itu mereka mencoba menggunakan kata-kata yang menunjukkan segi intelektualitas mereka

Tabel 23  
Saat Melakukan Interaksi Dengan Seseorang Di *Facebook*, Saya Selalu Ingin Menang Dan Menguasai Suasana

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	26	42,6
2	Kurang Setuju	18	29,5
3	Setuju	11	18,0
4	Sangat Setuju	6	9,8
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.18 (2019)

Berdasarkan tabel 23, jawaban responden tentang pernyataan bahwa ketika melakukan interaksi di *Facebook*, mereka selalu ingin menang dan menguasai suasana, dapat dilihat bahwa dari 61 siswa, paling banyak yaitu 26 orang atau sebesar 42,6% mereka menjawab tidak setuju dan sebanyak 18 orang atau 29,5% menjawab kurang setuju. Sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 11 orang orang (18,0%) dan yang menjawab sangat setuju hanya 6 orang atau sebesar 9,8%. Dari penjelasan jawaban kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa para siswa ketika berinteraksi dengan orang lain

di *Facebook* tidak selalu ingin menang dan menguasai suasana. Karena menurut mereka menggunakan *Facebook* adalah untuk bersenang-senang bukan mencari musuh.

Tabel 24  
Ketika melakukan Interaksi Di *Facebook*, Tak Harus Mengikuti Norma Dan Etika

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	24	39,3
2	Kurang Setuju	19	31,1
3	Setuju	13	21,3
4	Sangat Setuju	5	8,2
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.19 (2019)

Berdasarkan table 24 hasil jawaban responden tentang pernyataan bahwa ketika berinteraksi di *Facebook* tidak harus mengikuti norma dan etika di atas, dapat dilihat bahwa dari 61 siswa, yang paling banyak yaitu jawaban tidak setuju sebanyak 24 orang atau 39,3%, kemudian yang menjawab kurang setuju sebanyak 19 orang atau 31,1%. Sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 13 orang (21,3%) dan yang menjawab sangat setuju hanya 5 orang atau sebesar 8,2%. Kesimpulan dari penjelasan jawaban kuesioner bahwa meskipun *Facebook* bukanlah dunia nyata, namun tetap perlu mengedepankan etika dan moral ketika berinteraksi dengan orang lain di media sosial tersebut. Etika dan moral yang baik akan mendatangkan kawan yang baik, sedangkan etika dan moral yang buruk akan mendatangkan musuh.

Tabel 25  
Ketika Menggunakan *Facebook*, Saya Sering Merasa Terlalu Emosi, Misalnya Marah, Sedih

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	13	21,3
2	Kurang Setuju	22	36,1
3	Setuju	15	24,6
4	Sangat Setuju	11	18,0
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.20 (2019)

Berdasarkan hasil jawaban responden tentang pernyataan bahwa menggunakan *Facebook*, mereka sering merasa terlalu emosional, misalnya sedih atau marah, berdasarkan tabel 25, dapat dilihat bahwa dari 61 siswa, yang paling banyak yaitu jawaban kurang setuju sebanyak 22 orang atau 36,1%, kemudian jawaban kedua yaitu setuju sebanyak 15 orang atau 24,6%. Selanjutnya siswa yang menjawab tidak setuju 13 orang (21,3%) dan yang menjawab tidak setuju 11 orang atau sebesar 18,0%. Kesimpulan dari penjelasan jawaban kuesioner di atas adalah bahwa kebanyakan para siswa ketika menggunakan *Facebook* tidak terlalu mengikutkan emosi saat berinteraksi. Namun tidak sedikit juga yang terlalu emosional ketika berselancar di dunia maya, terutama *Facebook*.

Tabel 26  
Saat Melakukan Interaksi Di *Facebook*, Saya Sering Merespon Dengan Spontan Tanpa Difikir Terlebih Dahulu

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	20	32,8
2	Kurang Setuju	18	29,5
3	Setuju	12	19,7
4	Sangat Setuju	11	18,0
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.21 (2019)

Berdasarkan tabel 26 jawaban responden tentang pernyataan bahwa ketika melakukan interaksi di *Facebook*, mereka sering merespon dengan spontan tanpa difikir terlebih dahulu, dapat dilihat bahwa dari 61 siswa, paling banyak yaitu 20 orang atau sebesar 32,8% mereka menjawab tidak setuju dan sebanyak 18 orang atau 29,5% menjawab kurang setuju, sedangkan yang menjawab setuju sebanyak 12 orang atau 19,7% dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 orang atau 18,0%. Dari penjelasan jawaban kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa para siswa ketika berinteraksi dengan orang lain di *Facebook* mereka selalu merespon dengan sesuatu yang terlebih dahulu difikirkan dan dipertimbangkan. Agar respons yang mereka berikan lebih terarah dan tidak menimbulkan permusuhan.

Tabel 27  
Dalam Menggunakan *Facebook*, Saya Selalu Menjaga Rasa Saling Percaya

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	7	11,5
2	Kurang Setuju	17	27,9
3	Setuju	23	37,7
4	Sangat Setuju	14	23,0
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.22 (2019)

Dari tabel 27, hasil jawaban responden tentang pernyataan bahwa dalam menggunakan *Facebook*, mereka selalu menjaga rasa saling percaya, dapat dilihat bahwa dari 61 siswa, yang paling banyak yaitu 23 orang atau 37,7% siswa yang menjawab setuju, kemudian jawaban selanjutnya yaitu kurang setuju sebanyak 17 orang atau 27,9%. Sedangkan yang menjawab sangat setuju sebanyak 14 orang (23,0%) dan yang menjawab tidak setuju hanya 7 orang atau sebesar 11,5%. Kesimpulan dari penjelasan jawaban kuesioner diatas adalah bahwa ketika melakukan interaksi dengan teman atau seseorang di *Facebook*, para siswa merasa perlu membangun rasa saling percaya (*trust*). Karena tanpa rasa percaya maka tidak akan ada jaminan keamanan dan kenyamanan.



Tabel 28  
 Ketika Melakukan Komunikasi Di *Facebook*, Saya Selalu Memiliki Tujuan Dan Ingin Mendapatkan Apa Yang Saya Ingin

No	Alternatif Jawaban	Frekwensi	Persentasi
1	Tidak Setuju	11	18,0
2	Kurang Setuju	13	21,3
3	Setuju	25	41,0
4	Sangat Setuju	12	19,7
<b>Total</b>		<b>61</b>	<b>100,0</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian No.21 (2019)

Menurut hasil jawaban responden tentang pernyataan bahwa ketika berkomunikasi di- *Facebook*, mereka memiliki tujuan dan ingin mendapatkan apa yang mereka inginkan, berdasarkan tabel 38, dapat dilihat bahwa dari 61 siswa, yang paling banyak siswa menjawab setuju yaitu 25 orang atau 41,0%, kemudian yang menjawab kurang setuju sebanyak 13 orang atau 21,3%. Sedangkan yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang (19,7%) dan yang menjawab tidak setuju sebesar 11 orang atau sebesar 18,0%. Kesimpulan dari penjelasan jawaban kuesioner diatas adalah bahwa ketika berinteraksi dan berkomunikasi di *Facebook*, kebanyakan siswa memiliki tujuan tertentu, yang mana tujuan tertentu selalu ingin mereka capai. Tujuan ini bisa tentang informasi, pengetahuan ataupun tentang emosi.

Seperti diketahui, nilai “r tabel” untuk responden (N) sebanyak 61 dengan nilai signifikansi 5% adalah 0,248, maka adapun hasil hitungan data menggunakan *SPSS*, didapatkan sebagai berikut :

a. Data Variabel X1 (*Facebook*)

Tabel 29  
 Uji Validitas Kuesioner (*Facebook*)

No.	Item Kuesioner	Keterangan	Hasil	Validitas
1	X1.1	Pearson Correlation	,693**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
2	X1.2	Pearson Correlation	,645**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
3	X1.3	Pearson Correlation	,305*	Valid
		Sig. (2-tailed)	,017	
		N	61	

4	X1.4	Pearson Correlation	,756**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
5	X1.5	Pearson Correlation	,558**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
6	X1.6	Pearson Correlation	,541**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
7	X1.7	Pearson Correlation	,654**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
8	X1.8	Pearson Correlation	,632**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
9	X1.9	Pearson Correlation	,280*	Valid
		Sig. (2-tailed)	,029	
		N	61	
10	X1.10	Pearson Correlation	,518**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
11	X1.11	Pearson Correlation	,484**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	

Sumber: data olahan penelitian (2019)

b. Data Variabel Y (Perilaku Komunikasi)

Tabel 30  
 Uji Validitas Kuesioner Y (Perilaku Komunikasi)

No.	Item Kuesioner	Keterangan	Hasil	Validitas
-----	----------------	------------	-------	-----------

1	Y.1	Pearson Correlation	,734**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
2	Y.2	Pearson Correlation	,528**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
3	Y.3	Pearson Correlation	,505**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
4	Y.4	Pearson Correlation	,541**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
5	Y.5	Pearson Correlation	,687**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
6	Y.6	Pearson Correlation	,574**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
7	Y.7	Pearson Correlation	,514**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
8	Y.8	Pearson Correlation	,642**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
9	Y.9	Pearson Correlation	,501**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	
	Y.10	Pearson Correlation	,432**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,001	

10		N	61	
11	Y.11	Pearson Correlation	,581**	Valid
		Sig. (2-tailed)	,000	
		N	61	

Sumber : Data Olahan Penelitian (2019)

Setelah data dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah menguji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji ketepatan, ketelitian dan keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Penentuan kuesioner *reliabel* atau tidak dengan menggunakan rumus  $\alpha \text{ cronbach} > 0,60$ , maka kuesioner dianggap *reliabel* (handal), tapi jika sama dengan atau  $< 0,60$ , maka kuesioner dianggap tidak *reliabel* (Sunyoto, 2013)

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

- a. Data Variabel (*Facebook*)

Tabel 31  
 Uji Reliabilitas Per/item Kuesioner X (*Facebook*)

No.	Item Kuesioner	Alpha Cronbach	Reliabilitas
1	X1.1	,737	Reliabel
2	X1.2	,745	Reliabel
3	X1.3	,797	Reliabel
4	X1.4	,727	Reliabel
5	X1.5	,756	Reliabel
6	X1.6	,761	Reliabel
7	X1.7	,743	Reliabel
8	X1.8	,747	Reliabel
9	X1.9	,779	Reliabel
10	X1.10	,762	Reliabel
11	X1.11	,763	Reliabel

Sumber : Data Olahan Penelitian (2019)

Tabel 32  
 Uji Reliabilitas Keseluruhan Kuesioner X (*Facebook*)

Cronbach's Alpha	N of Items
,774	11

Sumber : Data Olahan Penelitian (2019)

Berdasarkan hasil olahan data untuk kuesioner variabel X1 secara keseluruhan didapat hasil *alpha cronbach* 0,774 yang mana hasil tersebut lebih besar > dari 0,60, yang berarti kuesioner untuk variabel X1 dianggap *reliable*.

b. Data Variabel Y (Perilaku Komunikasi)

Tabel 33  
 Uji Reliabilitas Per/item Kuesioner Y (Perilaku Komunikasi)

No.	Item Kuesioner	Alpha Cronbach	Reliabilitas
1	Y.1	,750	Reliabel
2	Y.2	,779	Reliabel
3	Y.3	,778	Reliabel
4	Y.4	,775	Reliabel
5	Y.5	,756	Reliabel
6	Y.6	,772	Reliabel
7	Y.7	,779	Reliabel
8	Y.8	,763	Reliabel
9	Y.9	,785	Reliabel
10	Y.10	,788	Reliabel
11	Y.11	,771	Reliabel

Sumber : Data Olahan Penelitian (2019)

Tabel 34  
 Uji Reliabilitas Keseluruhan  
 Kuesioner Y (Perilaku Komunikasi)

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	11

Sumber : Data Olahan Penelitian (2019)

Berdasarkan hasil olahan data untuk kuesioner variabel Y secara keseluruhan didapat hasil *alpha cronbach* 0,789 yang mana hasil tersebut lebih besar > dari 0,60, yang berarti kuesioner untuk variabel Y dianggap *reliable*.

Untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusi atau tersebar secara normal, maka perlu dilakukan uji normalitas. Dalam pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan *uji kolmogrov-smirnov*. Adapun hasil dari pengujian normalitas menggunakan *SPSS* adalah sebagai berikut :

Tabel 35  
 Uji Normalitas“One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test”

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4,71631663
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,059
Kolmogorov-Smirnov Z	Negative	-,045
	Asymp. Sig. (2-tailed)	,460
		,984

Sumber : Data Olahan Penelitian (2019)

Cara mengetahui apakah data yang dimaksud telah terdistribusi normal adalah dengan melihat nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansinya > 0,05 maka data berdistribusi normal. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,984, dan nilai itu lebih besar dari 0,05, itu berarti terbukti bahwa data penelitian ini berdistribusi normal. Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi (hubungan) antara variabel independen dalam hal ini X (*facebook*). Regresi yang dikatakan baik adalah jika tidak terjadi interkorelasi (tidak terjadi hubungan) antara variabel-variabel independen.

Cara mengetahui apakah terdapat interkorelasi antar variabel independen, dengan menggunakan aplikasi *SPSS* adalah dengan melihat nilai toleransinya atau dengan melihat nilai VIF, jika nilai tolerance lebih besar > dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas, atau jika nilai VIF lebih kecil < dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Adapun hasil olahan data penelitian yang didapat setelah diuji multikolinieritas menggunakan aplikasi *SPSS* adalah sebagai berikut :



Tabel 36  
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Facebook	,692	1,446
Youtube	,692	1,446

Sumber : Data Olah Penelitian (2019)

Berdasarkan tabel 36, diketahui nilai toleransi pada variabel X (*facebook*) adalah sama, yaitu sebesar 0,692 dan nilai tersebut lebih besar dari 0,10, begitu juga bila dilihat nilai VIF kedua variabel independen juga sama yaitu sebesar 1,446, dan nilai tersebut lebih kecil dari 10,00, itu berarti dapat dikatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas terhadap variabel independen.

Kita analisis pengaruh dari setiap variabel berdasarkan nilai t hitung yang diperoleh dengan membandingkan-nya terhadap t tabel dengan  $df = n-k-1 = 61-3-1 = 57$ . Maka diperoleh t tabel dengan signifikansi 0,05 sebesar 1,672. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh masing masing variabel X1 atau X2 terhadap variabel Y, maka harus diketahui bahwa jika t hitung > t tabel atau nilai signifikansi < 0,05, maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap Y.

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat dilihat bahwa nilai t hitung untuk variabel X1 adalah sebesar 2,89 dan nilai signifikansi sebesar 0,00, sedangkan variabel X2 didapat t hitung sebesar 3,061 dengan nilai signifikansi 0,00. Jika dilihat nilai t tabel untuk responden sebanyak 61 orang adalah 1,672 maka berdasarkan hasil yang didapat bahwa penggunaan media *facebook* berpengaruh terhadap perilaku komunikasi. Begitu juga dengan penggunaan media *youtube* juga berpengaruh terhadap perilaku komunikasi. Sehingga secara keseluruhan berdasarkan hasil yang didapatkan pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat mempunyai pengaruh yang signifikan, baik secara umum maupun secara khusus. Dengan demikian hipotesa awal ( $H_a$ ) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel-variabel bebas secara individu (parsial) terhadap variabel terikat diterima sedangkan  $H_0$  ditolak. Selain itu juga berdasarkan tabel tersebut kita bisa membuat persamaan regresi yang terjadi. Adapun persamaan regresi yang diperoleh ialah  $Y = 4,062 + 0,357X_1 + 0,430X_2$  atau  $Y = 4,062 + 0,357 Facebook$ . Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara dua variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan uji F. Berdasarkan olah data yang dilakukan dengan menggunakan program aplikasi SPSS, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 37  
 Uji F “Correlation”

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	923,021	2	461,510	20,056	,000 <sup>b</sup>
Residual	1334,619	58	23,011		
Total	2257,639	60			

Sumber : Data Olahan Penelitian (2019)

Berdasarkan hasil pada tabel 37, dapat dilihat bahwa nilai F tabel dengan df1 ialah  $= k - 1 = 3 - 1 = 2$  dan df2 ialah  $n - k = 61 - 3 = 58$ . Sedangkan diketahui nilai F hitung sebesar 20,056 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Konsep dasar dari nilai hitung uji F adalah, jika nilai F hitung  $>$  F tabel atau nilai signifikansi  $<$  0,05, maka terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y. Jika dilihat F tabel untuk responden sebanyak 61 Orang adalah 3,16, itu berarti  $20,05 > 3,16$  dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  maka hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial *facebook* dan *youtube* terhadap perilaku komunikasi siswa madrasah tsanawiyah aisyiyah wilayah Sumatera utara.

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat, dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 38  
 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,639 <sup>a</sup>	,409	,388	4,79694

Sumber : Data Olahan Penelitian (2019)

Dari tabel 38 diketahui hasil *R square* didapatkan sebesar 0,409 , ini berarti bahwa besarnya hubungan atau pengaruh penggunaan media sosial *facebook* dan *youtube* secara bersama sama terhadap perilaku komunikasi ialah sebesar 40,9%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh yang terjadi antara variabel bebas yaitu penggunaan media sosial *facebook* dan *youtube* dengan variabel terikat yaitu perilaku komunikasi adalah pengaruh yang cukup kuat. Dengan demikian diketahui bahwa sumbangan ataupun kontribusi antara penggunaan media sosial *facebook* dan *youtube* terhadap perilaku komunikasi ialah sebesar 40,9% sedangkan sisanya 59,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian maka keputusannya adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya dugaan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial *Facebook* secara bersama-sama (simultan) terhadap perilaku komunikasi siswa Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah Wilayah Sumatera Utara terbukti benar.

## Kesimpulan

Sebagaimana telah dijelaskan dan dipaparkan hasil penelitian dan pengolahan data tentang pengaruh penggunaan media sosial *Facebook* terhadap perilaku komunikasi siswa Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah Wilayah Sumatera Utara, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis data untuk pengaruh penggunaan media sosial *Facebook* terhadap perilaku komunikasi siswa, dapat dilihat bahwa nilai  $t$  hitung untuk variabel  $X_1$  adalah sebesar 2,89 dan nilai signifikansi sebesar 0,00. Jika dilihat nilai  $t$  tabel untuk responden sebanyak 61 orang adalah 1,672 maka berdasarkan hasil yang didapat bahwa penggunaan media sosial *facebook* berpengaruh terhadap perilaku komunikasi. Itu berarti bahwa hipotesis pertama ( $H_a$ ) diterima dan  $H_0$  ditolak.
2. Setelah dilakukan uji F, untuk mengetahui adakah pengaruh variabel X secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Y, diapatkan nilai F hitung sebesar 20,05 dan nilai tersebut lebih besar dari nilai F tabel yang sebesar 3,16, maka hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial *Facebook* terhadap perilaku komunikasi siswa madrasah tsanawiyah aisyiyah wilayah sumatera utara. Artinya hipotesa ( $H_a$ ) yang menyatakan ada pengaruh penggunaan media sosial *facebook* dan *youtube* terhadap perilaku komunikasi siswa Madrasah Tsanawiyah Wilayah Sumatera Utara diterima dan hipotesa yang menyatakan tidak ada pengaruh ( $H_0$ ) ditolak.
3. Hasil perhitungan didapatkan nilai  $R$  square sebesar 0,409 , ini berarti besarnya hubungan atau pengaruh penggunaan media sosial *facebook* secara bersama sama terhadap perilaku komunikasi ialah sebesar 40,9%. Hal ini menunjukkan pengaruh yang terjadi antara variabel bebas yaitu penggunaan media sosial *facebook* dengan variabel terikat yaitu perilaku komunikasi adalah pengaruh yang cukup kuat. Dengan demikian diketahui bahwa sumbangan ataupun kontribusi antara penggunaan media sosial *facebook* dan *youtube* terhadap perilaku komunikasi ialah sebesar 40,9% sedangkan sisanya 59,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dkk, (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung : Sembiosa Rekatama Media
- Arifin, Hasnul. (2009). *Nongkrong Asyik di Internet Dengan Facebook*. Jakarta: Buku Kita
- Arifin, Anwar. (2006). *Ilmu Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: Rajawali Pers
- Arikunto, Suharsimi, (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, Rineka Cipta
- Berger, Charles R, dkk. (2015). *Handbook Ilmu Komunikasi*. Bandung: Nusa Media.
- Budiargo, Dian. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Bungin, Burhan. (2008) *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: KENCANA
- Danang Sunyoto dan Setiawan, Ari, (2013). *Buku Ajar Statistik*, Yogyakarta: Nuha Medika.
- Deswita, 2006. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjanaya. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung, PT Remaja Rosdakarya
- \_\_\_\_\_, (2004). *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- \_\_\_\_\_, (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Eysenbach, G. (2008). *Medicin 2.0: Social Networking, Collaboration, Participation, Apomediation, and Openness*. Journal of Medical Internet Research 2008; 10(3): e22
- Hardjana, Agus. (2007). *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius Media.
- Kincaid, Lawrence dan Schramm, Wilbur. (2007). *Asas-Asas Komunikasi Antarmanusia (terjemahan: Agus Setiadi)*. Jakarta: LP3ES-EWCI.
- Mardalis, 2003. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Cet.VI, Jakarta, Bumi Aksara
- Mardiana, Wati dan Rizky, A, R, (2009). *5 Jam Menjadi Terkenal Lewat Facebook*, Bandung : C.V Yrama Widya.
- Marhaeni, Fajar. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Jakarta: Graha ilmu.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya,
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial*. Remaja, Bandung: Rosdakarya,
- Rakhmat, Jalaluddin, (2011). *Psikologi Komunikasi*; Bandung: PT Remaja Rosdakarya,
- Riduwan (2006). *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis* Bandung: Alfabeta.
- Rivai, Veithzal, (2009). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: Rajawali Press.
- Rusman, dkk, (2011), *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi: Mengembangkan Profesionalisme Guru*. Jakarta:Rajawali Pers. PT. Raja Grafindo Persada
- Santrock, John W. (2003), *Adolescence. Perkembangan Remaja*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.

- Sanusi, A, (2003). *Metodologi Penelitian Praktis*, Malang: Buntara Media.
- Saputra, Angga. (2010). *Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas, Dan Experiential Marketing Terhadap Word Of Mouth Situs Jejaring Sosial Facebook Pada Mahasiswa Fe Undip Semarang*. Skripsi Universitas Dipenogoro
- Rumini, Sri dan Sundari, S (2004), *Perkembangan Anak dan Remaja*, Jakarta: PT. Asdi Mahasatya
- Sugiono, (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Bandung*, Alfa Beta
- \_\_\_\_\_, (2006). *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang, (2013). *Statistik Non Parametrik*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- \_\_\_\_\_, (2005). *Statistika untuk Penelitian*, Bandung, Alfa Beta
- Suranto, AW. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Umar, Husein, (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

#### **Sumber lain.**

- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). 2016. *Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Halaman: 10. <https://apjii.or.id/survei2016/download/3zkcUWB5KLNporYEVFR4A0tIuDZehf/https://www.apjii.or.id/>. Diakses pada tanggal 22 Oktober 2018
- Inayah, M. 2014. *Komunikasi Antarpribadi*. [Online]. Tersedia: <http://digilib.uinsby.ac.id/513/4/Bab%202.pdf>, diakses pada 3 Juni 2019.

