

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Intensitas Penggunaan Media Sosial

2.1.1.1 Pengertian Media Sosial

Media Sosial adalah interaksi sosial antara manusia dalam memproduksi, berbagi dan bertukar informasi, hal ini mencakup gagasan dan berbagai konten dalam komunitas *virtual* (Feri, 2015). Media sosial mampu menghadirkan serta mentranslasikan cara berkomunikasi baru dengan teknologi yang sama sekali berbeda dari media sosial tradisional. *Social media* atau dalam Bahasa Indonesia disebut media sosial adalah media yang didesain untuk mempermudah interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah.

Menurut Kaplan dan Haenlein (dalam Abugaza, 2013) media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Teknologi internet berbasis web 2.0 adalah satu pengklasifikasian “wajah baru dari web” dimana karakteristik pertukaran data adalah *many-to-many* atau dengan istilah pembaca berinteraksi dengan pembuat berita/konten dan pembaca lainnya.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, maka media sosial dapat diartikan sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang bertujuan untuk dapat dilakukannya suatu komunikasi dan interaksi yang bersifat interaktif dari dua

arah. Pada perkembangannya media sosial tidak hanya digunakan menggunakan media computer, namun juga sudah meningkat dengan penggunaan *smartphone*.

2.1.1.2 Karakteristik Media Sosial

Feri (2015) mengemukakan karakteristik yang dijumpai pada media sosial antara lain:

1. Transparansi

Transparansi adalah keterbukaan informasi karena konten media sosial ditunjukkan untuk konsumsi publik untuk sekelompok orang

2. Dialog dan Komunikasi

Ketika ada sebuah komunikasi maka akan terjalin hubungan dan komunikasi interaktif menggunakan ragam fitur. Misalnya media sosial seperti *facebook*, para penggunanya bisa saling berkomunikasi lewat *Chat* inbox maupun saling memberi komentar pada foto yang terpasang di akun *facebook* yang muncul di *timeLine* penggunanya.

3. Jejaring Relasi

Hubungan antara pengguna layaknya jaring-jaring yang terhubung satu sama lain dan semakin kompleks seraya mereka menjalin komunikasi dan terus membangun pertemanan. Komunitas jejaring sosial memiliki peranan kuat yang akan mempengaruhi audiensinya.

4. Multi Opini

Setiap orang yang menggunakan media sosial dengan mudahnya berargumen dan mengutarakan pendapatnya misalnya dalam *Instagram*. Seseorang yang menggunakan *Instagram* dapat memberi komentar pada foto yang diupload oleh teman sesama *Instagram*.

2.1.1.3 Jenis-jenis Media Sosial

Eduardus (2016) menjelaskan jenis-jenis media sosial yang berkembang saat ini meliputi:

1. *Facebook*

Jejaring sosial yang didirikan oleh Mark Zuckerberg dan kemudian menjadi salah satu jejaring sosial terbesar di dunia. Brand ternama atau artis umumnya memiliki akun *facebookfage* di jejaring ini. Di Indonesia, jejaring ini sangat populer digunakan baik itu oleh kaum remaja dan dewasa. *Facebook* adalah sebagai salah satu aplikasi untuk mencari teman, manfaat yang paling terasa adalah kita dapat menjumpai teman lama kita disini, tempat promosi, bisa menjadi media promosi yang sangat efektif, tempat diskusi, salah satu fitur di situs jejaring sosial ini adalah group, yang berfungsi seperti forum. Pengguna bisa berdiskusi tentang apapun. Namun kerugian yang diperoleh dalam menggunakan *facebook* adalah dapat mengurangi waktu efektif, karena bisa bermain *facebook* berjam-jam, serta bagi remaja tugas sekolah tidak terhiraukan, para pelajar rela menghiraukan belajarnya demi bermain *facebook*.

2. *Instagram*

Layanan berbasis internet sekaligus jejaring sosial untuk berbagi cerita via gambar digital. Para pengguna gadget kerap kali menggunakan jejaring ini untuk berbagai hasil jepretan mereka. *Instagram* juga merupakan aplikasi yang digunakan untuk menjepret foto, mengelola foto, mengedit foto, memberi efek filter pada foto dan membagikan foto tersebut ke semua orang.

3. *Path*

Jejaring sosial yang memungkinkan anggotanya berbagi informasi berbasis lokasi. Jejaring pertemanan ini berbagi informasi menggunakan foto, musik, pernyataan, atau pengalaman dan cerita. Umumnya pengguna berbagi pengalaman bepergian menggunakan jejaring *path*.

4. *Twitter*

Jejaring sosial *mikroblogging* yang ditujukan untuk berbagi informasi (*tweet*) yang ringkas. Setiap orang dapat memposting apa yang sedang dipikirkannya, atau pun foto dan orang lain dapat memberi komentar pada *tweeter* yang telah diposting tersebut. Menurut Palewa (2013) dalam penelitiannya “Motif Penggunaan dan Interaksi Sosial di *Twitter*” adalah *Twitter* digunakan mahasiswa untuk mencari dan menggali informasi terkait dengan bidang yang mereka suka. Hal ini dikarenakan fitur *Twitter* yang sederhana dan singkat dibanding dengan media sosial lain. Melalui *Twitter* pengguna banyak menemukan informasi baru yang kemudian jadi bahan perbincangan di dunia nyata.

5. *BlackBerry Messenger*

BlackBerry Messenger (“BBM”) merupakan aplikasi pesan-instan yang dikeluarkan oleh perusahaan *BlackBerry* (RIM). Layanan aplikasi ini dapat berfungsi melalui koneksi internet dari *gadget*. Dengan aplikasi ini seseorang dapat berbagi informasi, seperti teks, gambar, dan video. BBM memiliki sifat personalisasi. Maksudnya adalah, tiap penggunaan BBM mengacu pada orang tertentu (baik individu maupun kelompok) sehingga sasaran komunikasi dapat

diidentifikasi. Pengguna BBM juga dapat mempersonalisasi aplikasinya dengan menambahkan fotoprofil atau status, sehingga tiap orang yang termasuk dalam jaringannya dapat lebih mengenal pengguna tersebut. Dengan demikian, dalam konteks ini BBM dapat dikategorikan sebagai salah satu media sosial.

6. *Line*

Line adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti *smartphone*, tablet, dan komputer. *Line* difungsikan dengan menggunakan jaringan internet sehingga pengguna *Line* dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara, dan lain-lain. *Line* menggunakan nomor handphone sebagai teman kontak di *Line*. Semua nomor handphone dalam kontak *smartphone* akan langsung menjadi teman anda. *Chat* dapat dilakukan dengan sesama teman yang menggunakan aplikasi *Line* ini. Selain menggunakan nomor, user ID juga disediakan oleh *Line* untuk memudahkan pencarian teman *Line*.

7. *WhatsApp*

WhatsApp adalah aplikasi pesan untuk *smartphone* dengan basis mirip *BlackBerry Messenger*. *WhatsApp Messenger* merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena *WhatsApp Messenger* menggunakan paket data internet yang sama untuk *email*, *browsing web*, dan lain-lain. Aplikasi *WhatsApp Messenger* menggunakan koneksi 3G atau WiFi untuk komunikasi data. Dengan

menggunakan *WhatsApp*, kita dapat melakukan obrolan *online*, berbagi file, bertukar foto dan lain-lain.

2.1.1.4 Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas merupakan keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Penggunaan didefinisikan sebagai proses mempergunakan sesuatu (Daryanto, 2007). Horrigan (dalam Rachdianti, 2011), terdapat dua hal mendasar yang harus diamati untuk mengetahui intensitas penggunaan media sosial seseorang, yakni frekuensi internet yang sering digunakan dan lama menggunakan tiap kali mengakses internet yang dilakukan oleh pengguna internet.

Jadi dapat disimpulkan bahwa definisi intensitas penggunaan media sosial adalah seberapa sering dan seberapa lama seseorang dalam menggunakan atau mengakses sebuah media sosial.

2.1.1.5 Aspek-aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial

Horrigan (dalam Rachdianti, 2011) terdapat menjelaskan dua hal mendasar yang harus diamati untuk mengetahui intensitas penggunaan media sosial seseorang.

1. Frekuensi: artinya seberapa sering orang tersebut mengakses media sosial.
2. Durasi: artinya seberapa lama orang tersebut mengakses media sosial.

Mengenai frekuensi dan durasi, *SWA-Mark Plus & Co* (dalam Abrar, 2013) berdasarkan temuannya pada 1.100 orang pengguna media sosial, mengolongkan intensitas penggunaan media sosial berdasarkan frekuensi dan durasi yang digunakan, sebagai berikut:

Table 2.1. Frekuensi Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial	Frekuensi
Sangat tinggi	> 8 kali per minggu
Tinggi	7-8 kali per minggu
Sedang	5-6 kali per minggu
Rendah	3-4 kali per minggu
Sangat rendah	< 3 kali per minggu

Sumber: *SWA-Mark Plus & Co* (dalam Abrar, 2013)

Sedangkan intensitas penggunaan media menurut durasi penggunaan media sosial adalah sebagai berikut.

Table 2.2. Durasi Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial	Frekuensi
Sangat tinggi	> 9 jam per hari
Tinggi	7-9 jam per hari
Sedang	4-6 jam per hari
Rendah	1-3 jam per hari
Sangat rendah	< 1 jam per hari

Sumber: *SWA-Mark Plus & Co* (dalam Abrar, 2013)

2.1.1.6 Dampak Positif dan Negatif Media Sosial

Beberapa dampak positif sosial media menurut Arif (2016):

1. Mendapatkan informasi

Informasi yang diperoleh seperti informasi beasiswa, lowongan kerja, info seputar agama, politik maupun hal hal yang sedang *trend* dan dibicarakan banyak orang.

2. Menjalin silaturahmi

Dengan sosial media kita dapat menjalin silaturahmi meskipun terpisah jarak baik dengan teman lama maupun teman baru.

3. Membentuk komunitas

Dalam hal komunitas media *online* berperan untuk berkoordinasi, *sharing* dan interaksi ketika tidak sedang bersama.

4. *Branding*

Branding dalam pengertian umum merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar *brand* atau merk yang ditawarkan dikenal dan memiliki nilai sendiri di benak konsumen dan calon konsumen.

5. Promosi

Adanya sosial media membantu dan memudahkan orang untuk berjualan produk dan jasa yang dimiliki. Hal ini tentu merubah cara berjualan dari dulu yang harus memiliki tempat mangkal, sekarang dari rumah pun bisa berjualan dengan memanfaatkan sosial media.

Sedangkan dampak negatif dari penggunaan media sosial menurut Arif (2016) antara lain:

1. Adanya akun palsu

Dengan adanya sosial media seseorang dapat dengan mudah membuat suatu akun. Tak jarang satu orang memiliki lebih dari satu akun dan terkadang ada yang membuat akun palsu untuk melakukan tindak penipuan, penculikan maupun tindak kejahatan lainnya.

2. Perilaku Negatif

Taraf yang ekstrim beberapa orang menggunakan sosial media untuk melakukan tindak penipuan dan kejahatan lainnya.

3. Menyebar Virus

Tujuan dari menyebar virus seperti pada *facebook* ataupun *Twitter* adalah untuk mendapatkan data personal korban. Virus tersebut seringkali berupa tautan video maupun foto porno yang ketika di klik akan mengaktifkan virus

tersebut dan biasanya akun yang sudah menjadi korban akan otomatis menyebarkan tautan yang berupa video atau gambar porno yang berisi virus tadi.

4. Perilaku kecanduan

Perilaku kecanduan adalah perilaku sulit terkontrol untuk mengakses media sosial disertai dengan meningkatnya toleransi untuk selalu mengakses media sosial dan menikmati media sosial. Individu yang kecanduan media sosial akan sulit menghentikan penggunaan media sosial karena dirinya merasa nyaman dan menikmati saat mengakses media sosial dan terkadang melupakan aktivitas kehidupan lainnya.

2.1.2 Motivasi Belajar

2.1.2.1 Pengertian Motivasi Belajar

Motivasi belajar merupakan salah satu faktor yang turut menentukan keefektifan dalam pembelajaran. Seorang peserta didik akan belajar dengan baik apabila ada faktor pendorongnya yaitu motivasi belajar. Peserta didik akan belajar dengan sungguh-sungguh jika memiliki motivasi belajar yang tinggi.

Hamzah (2011) mendefinisikan motivasi belajar adalah dorongan internal dan eksternal pada siswa yang sedang belajar untuk mengadakan tingkah laku, pada umumnya dengan beberapa indikator atau unsur-unsur yang mendukung. Indikator-indikator tersebut, antara lain: adanya hasrat dan keinginan berhasil, dorongan dan kebutuhan dalam belajar, harapan dan cita-cita masa depan, penghargaan dalam belajar, dan lingkungan belajar yang kondusif.

Selain itu, Winkel (2010), menyebutkan motivasi belajar adalah keseluruhan daya penggerak psikis didalam siswa yang menimbulkan kegiatan belajar itu demi mencapai suatu tujuan. Sejalan dengan pendapat di atas, Sardiman (2014), menjelaskan motivasi belajar adalah seluruh daya penggerak didalam diri siswa yang menimbulkan kegiatan belajar yang menjamin kelangsungan dari kegiatan belajar yang memberikan arah pada kegiatan belajar sehingga tujuan yang dikehendaki oleh subjek belajar itu dapat dicapai.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi belajar adalah seluruh daya penggerak psikis yang ada dalam diri individu siswa yang dapat memberikan dorongan untuk belajar demi mencapai tujuan dari belajar tersebut.

2.1.2.2 Peran dan Fungsi Motivasi Belajar

Hamzah (2011) menyebutkan peran penting motivasi belajar dan pembelajaran, antara lain:

1. Peran motivasi belajar dalam menentukan penguatan belajar. Motivasi dapat berperan dalam penguatan belajar apabila seorang mahasiswa yang sedang belajar dihadapkan pada suatu masalah yang menentukan pemecahan dan hanya dapat dipecahkan berkat bantuan hal-hal yang pernah dilalui.
2. Peran motivasi dalam memperjelas tujuan belajar. Peran motivasi dalam memperjelas tujuan belajar erat kaitannya dengan kemaknaan belajar. Mahasiswa akan tertarik untuk belajar sesuatu, jika yang dipelajari itu sedikitnya sudah dapat diketahui atau dinikmati manfaatnya oleh mahasiswa.

3. Motivasi menentukan ketekunan belajar. Seorang mahasiswa yang telah termotivasi untuk belajar sesuatu berusaha mempelajari dengan baik dan tekun dengan harapan memperoleh hasil yang lebih baik.

Selain itu, Hamalik (2011), menyebutkan fungsi motivasi itu meliputi:

1. Mendorong timbulnya kelakuan/ suatu perbuatan.
2. Motivasi berfungsi sebagai pengarah, artinya mengarah pada perbuatan ke pencapaian tujuan yang diinginkan.
3. Motivasi berfungsi sebagai penggerak, artinya sebagai motor penggerak dalam kegiatan belajar.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa peran dan fungsi motivasi belajar adalah sebagai pendorong usaha dan pencapaian prestasi sehingga untuk mencapai prestasi tersebut peserta didik dituntut untuk menentukan sendiri perbuatan-perbuatan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan belajarnya.

2.1.2.3 Jenis-jenis Motivasi

Sardiman (2014) terdapat dua macam motivasi belajar, yaitu:

1. Motivasi Intrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktif dan berfungsinya tanpa harus dirangsang dari luar karena didalam seseorang individu sudah ada dorongan untuk melaksanakan sesuatu. Bila seseorang telah memiliki motivasi intrinsik maka secara sadar akan melakukan kegiatan dalam belajar dan selalu ingin maju sehingga tidak memerlukan motivasi dari luar dirinya. Hal ini dilatarbelakangi keinginan positif, bahwa yang akan dipelajari akan berguna di masa yang akan datang.

2. Motivasi Ekstrinsik adalah motif-motif yang aktif dan berfungsinya karena ada perangsang dari luar. Motivasi dikatakan ekstrinsik bila peserta didik menempatkan tujuan belajarnya diluar faktor-faktor situasi belajar. Berbagai macam cara bisa dilakukan agar siswa termotivasi untuk belajar.

Sesuai dengan pendapat di atas, motivasi belajar yang ada pada diri seseorang dibedakan menjadi dua yaitu motivasi intrinsik (dalam individu) dan motivasi ekstrinsik (luar individu).

2.1.2.4 Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Motivasi Belajar

Slameto (2010) menjelaskan motivasi belajar dipengaruhi oleh tiga komponen, yaitu:

1. Dorongan kognitif, yaitu kebutuhan untuk mengetahui, mengerti, dan memecahkan masalah. Dorongan ini timbul di dalam proses interaksi antara siswa dengan tugas/ masalah.
2. Harga diri, yaitu ada siswa tertentu yang tekun belajar dan melaksanakan tugas-tugas bukan terutama untuk memperoleh pengetahuan atau kecakapan, tetapi untuk memperoleh status dan harga diri.
3. Kebutuhan berafiliasi, yaitu kebutuhan untuk menguasai bahan pelajaran/ belajar dengan niat guna mendapatkan pembenaran dari orang lain/ teman-teman. Kebutuhan ini sukar dipisahkan dengan harga diri.

Selain itu, Suryabrata (2011) menyebutkan ada beberapa hal yang mendorong motivasi belajar, yaitu:

1. Adanya sifat ingin tahu untuk belajar dan menyelidiki dunia yang lebih luas.
2. Adanya sifat yang kreatif pada manusia dan berkeinginan untuk terus maju.

3. Adanya keinginan untuk mendapatkan simpati dari orang tua, guru, dan teman-teman.
4. Adanya keinginan untuk memperbaiki kegagalan yang lalu dengan usaha yang baik melalui kooperasi maupun dengan kompetisi.
5. Adanya keinginan untuk mendapatkan kenyamanan bila menguasai pelajaran.
6. Adanya ganjaran atau hukuman sebagai akhir kegiatan pembelajaran.

Sejalan dengan pendapat di atas, Yusuf (2009), menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi belajar yaitu:

1. Faktor Internal

Faktor internal meliputi:

- a. Faktor Fisik

Faktor fisik meliputi nutrisi (gisi), kesehatan, dan fungsi-fungsi fisik (terutama panca indera).

- b. Faktor Psikologis

Faktor psikologis berhubungan dengan aspek-aspek yang mendorong atau menghambat aktivitas belajar pada siswa.

2. Faktor Eksternal (yang berasal dari lingkungan)

- a. Faktor Non-Sosial

Faktor non-sosial meliputi keadaan udara (cuaca panas atau dingin), waktu (pagi, siang, malam), tempat (sepi, bising, atau kualitas sekolah tempat belajar), sarana dan prasarana atau fasilitas belajar.

- b. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah faktor manusia (guru, konselor, dan orang tua), baik yang hadir secara langsung maupun tidak langsung (foto atau suara). Proses belajar akan berlangsung dengan baik, apabila guru mengajar

dengan cara menyenangkan, seperti bersikap ramah, memberi perhatian pada semua siswa, serta selalu membantu siswa yang mengalami kesulitan belajar.

2.1.2.5 Ciri-ciri Orang yang Memiliki Motivasi Belajar Tinggi

Ciri-ciri orang yang memiliki motivasi dalam belajar menurut Sardiman (2014), yaitu:

1. Tekun menghadapi tugas-tugas dan dapat bekerja terus-menerus sampai pekerjaannya selesai.
2. Ulet dan tidak mudah putus asa dalam menghadapi kesulitan.
3. Memungkinkan memiliki minat terhadap bermacam-macam masalah.
4. Lebih sering bekerja secara mandiri.
5. Cepat bosan dengan tugas-tugas rutin.
6. Jika sudah yakin dapat mempertahankan pendapatnya.
7. Tidak akan melepaskan sesuatu yang telah diyakini.
8. Sering mencari dan memecahkan masalah soal-soal.

Sejalan dengan pendapat di atas, menurut Hamzah (2011) bahwa ciri-ciri orang yang memiliki motivasi dalam belajar dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

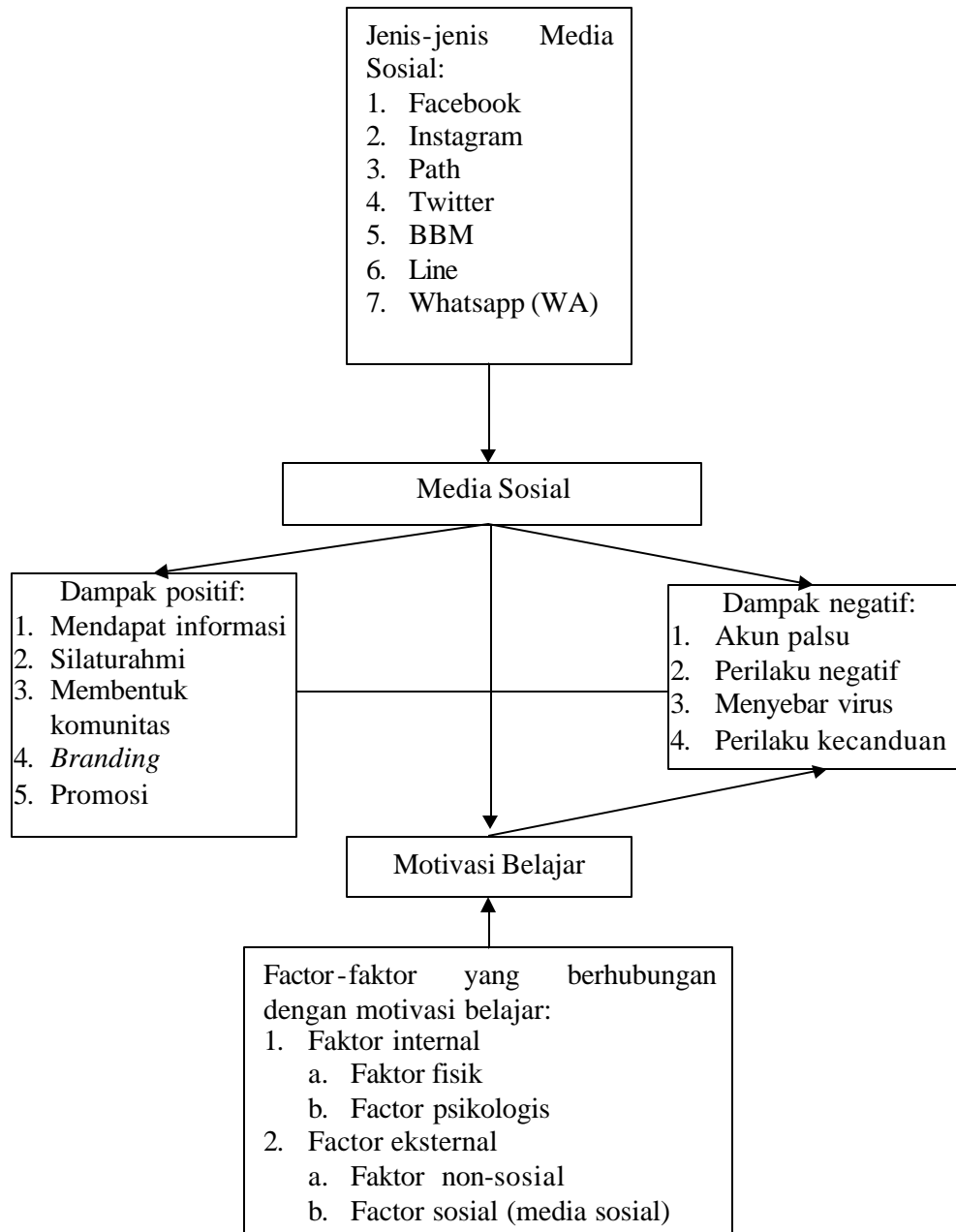
1. Adanya hasrat dan keinginan untuk berhasil.
2. Adanya dorongan dan kebutuhan dalam belajar.
3. Adanya harapan dan cita-cita di masa depan.
4. Adanya penghargaan dalam belajar.
5. Adanya kegiatan yang menarik dalam belajar.
6. Adanya lingkungan belajar yang kondusif, sehingga memungkinkan seorang siswa dapat belajar dengan baik.

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa besarnya motivasi belajar yang ada ada diri seseorang akan tercermin pada tingkah lakunya yaitu:

1. Tekun mengerjakan tugas;
2. Ulet menghadapi kesulitan;
3. Lebih sering bekerja mandiri;
4. Memungkinkan minat terhadap macam-macam masalah;
5. Cepat bosan dengan tugas-tugas rutin;
6. Jika sudah yakin dapat mempertahankan pendapatnya;
7. Tidak melepas sesuatu yang diyakini;
8. Sering mencari dan memecahkan atas soal-soal;
9. Adanya hasrat dan keinginan untuk berhasil;
10. Adanya dorongan dan kebutuhan dalam belajar;
11. Adanya harapan dan cita-cita di masa depan;
12. Adanya penghargaan dalam belajar;
13. Adanya kegiatan menarik dalam belajar serta
14. Adanya lingkungan belajar yang kondusif sehingga memungkinkan seseorang siswa dapat belajar dengan baik.

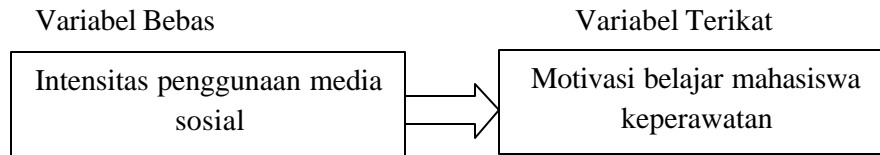
Apabila seseorang memiliki ciri-ciri seperti di atas, berarti orang tersebut memiliki motivasi yang cukup kuat. Seorang yang memiliki motivasi belajar yang tinggi akan memiliki beberapa ciri yang membedakan dengan dirinya bila dibandingkan dengan seseorang yang memiliki motivasi yang rendah.

2.2 Kerangka Teori



Gambar 2.1. Kerangka Teori

2.3 Kerangka Konsep



Gambar 2.2. Kerangka Konsep

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang diajukan peneliti terhadap permasalahan yang diteliti berdasarkan teori-teori yang mendukung (Arikunto, 2010). Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

- H_0 : tidak ada hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan motivasi belajar mahasiswa keperawatan Universitas Sahid Surakarta
- H_a : ada hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan motivasi belajar mahasiswa keperawatan Universitas Sahid Surakarta.