

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang semakin pesat telah membawa perubahan yang mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Saat ini manusia hidup di era modern yang lazim disebut dengan globalisasi. Globalisasi merupakan sebuah proses yang menghasilkan dunia tunggal, di mana masyarakat di seluruh dunia saling hidup bergantung satu sama lainnya dalam berbagai aspek kehidupan baik politik, ekonomi, dan kultural yang membuat semuanya saling bergantung secara global (Sztompka, 2017: 96).

Globalisasi merupakan bagian dari masalah kehidupan modern. Globalisasi memberikan tantangan dan harapan secara bersamaan. Hal ini bisa dilihat dari beragamnya cara orang memandang dunia. Salah satu dampak globalisasi adalah pada bidang teknologi informasi dan komunikasi. Kemajuan zaman yang begitu signifikan di bidang teknologi informasi dan komunikasi, membuat segala sesuatu menjadi tak berjarak dan tak terbatas. Bermadankan *smartphone*, *laptop*, dan berbagai jenis *gadget* lainnya yang terhubung internet, dunia seperti sudah berada dalam gengaman. Lahirnya era komunikasi yang interaktif ini, ditandai dengan terjadinya diversifikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon, radio, komputer, dan televisi menjadi satu kesatuan sehingga puncaknya lahirah teknologi yang disebut dengan internet (Bungin, 2007: 113).

Dewasa ini, kehidupan manusia dengan *smartphone* dan internet tidak bisa dipisahkan. Berdasarkan data yang dirilis pada Juni 2022 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada periode 2021-2022 lebih dari 210 juta jiwa masyarakat Indonesia telah terkoneksi dengan internet. Berdasarkan

usianya, penetrasi pengguna internet tertinggi dalam negeri adalah kelompok dengan usia 13-18 tahun yaitu sebanyak 99,16%, sementara penetrasi pengguna internet terendah adalah kelompok dengan usia 55 tahun ke atas yaitu sebanyak 51,73%. Pada kurun waktu 2021-2022 konten yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia adalah media sosial yaitu sebanyak 89,15%, sementara konten yang paling jarang diakses adalah aplikasi dompet elektronik, yaitu 1,37%. Berdasarkan survei yang juga dilakukan oleh APJII, alasan utama masyarakat menggunakan internet adalah untuk mengakses media sosial.¹

Saat ini, media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern. Media sosial memberikan ruang kepada penggunanya untuk saling berbagi foto, video, unggahan atau status terbaru, saling berkenalan dan berinteraksi secara virtual baik dengan kenalan lama maupun kenalan baru.² Dahulu, ketika berkenalan dengan orang baru maka yang dilakukan adalah bertukar kartu nama akan tetapi, saat ini ketika bertemu dengan orang baru yang dilakukan adalah justru bertanya terkait akun media sosial untuk menjalankan pertemanan di dalamnya (Nasrullah : 2017).

Media sosial terdiri dari berbagai macam *platform* sesuai dengan fungsi dan kegunaannya masing-masing (Rofahan et al., 2014: 22). Berbagai *platform* media sosial yang digemari oleh penikmat media sosial akhir-akhir ini adalah *Facebook*, *Youtube*, *Instagram*, *WhatsApp*, *TikTok*, *Twitter*, *Line*, *Telegram*, dan berbagai macam media sosial lainnya. Melalui berbagai media sosial ini penggunanya bisa

¹APJII, "Laporan Survei Profil Internet Indonesia 2022" diakses dari <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>, diakses pada tanggal 1 Oktober 2022 pukul 17.00

²Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan, RI. "Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI" (2014).

saling berinteraksi dalam dunia virtual yang mereka ciptakan untuk saling mengenal.

Ruang virtual yang disajikan oleh media sosial memberikan akses untuk melakukan interaksi sosial secara virtual. Berbagai *platform* media sosial yang ada bukan hanya sebagai media untuk mengunggah konten baik itu berupa audio, video, maupun teks. Media sosial digunakan sebagai wadah tempat pemaknaan dimana sebuah realitas secara virtual terjadi. Namun, di satu sisi interaksi yang terjadi di dunia virtual ini tidak sama seperti interaksi yang terjadi pada dunia nyata, di mana terdapat perbedaan yang sangat signifikan. Penggunaan media sosial memberikan sisi yang berbeda dalam melakukan interaksi. Kemajuan teknologi membuat komunikasi dan hubungan dengan orang lain semakin banyak dan luas, sehingga hal ini menyebabkan tidak ada lagi keintiman dan kedekatan antara orang-orang yang berinteraksi satu sama lainnya seperti yang terjadi di dunia nyata. Maraknya penggunaan media sosial akhir-akhir ini, membuat berbagai pergeseran kebiasaan dan perilaku dalam kehidupan manusia. Media sosial menyebabkan munculnya budaya-budaya baru, salah satunya adalah budaya berbagi yang berlebihan dan pengungkapan diri di dunia maya yang dilakukan tanpa batas. Fitur-fitur serta konten yang beragam yang disuguhkan media sosial membuat penggunaannya menjadi (*addicted*) atau kecanduan untuk mengakses media sosial (Nasrullah, 2017: 213).

Pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2022 adalah sebanyak 191 juta jiwa.³ Beragamnya jenis media sosial memberikan akses kepada penggunanya

³Data Indonesia.id : “Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022” diakses dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>, pada tanggal 20 Oktober 2022 pukul 09.15 WIB.

untuk memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada masing-masing jenis media sosial tersebut. Misalnya, untuk saling bertukar pesan, melakukan *video conference*, meng-*upload* foto atau video, saling menyukai dan mengomentari unggahan dan berbagai macam fitur lainnya. Daya tarik inilah yang membuat persentase pengguna media sosial meningkat dengan pesat setiap harinya.

Berikut adalah data persentase *platform* media sosial yang banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2022.⁴

Tabel 1.1
Data Persentase Pengguna Platform Media Sosial
di Indonesia Tahun 2022 :

No.	Jenis Media Sosial	Persentase Pengguna
1.	<i>WhatsApp</i>	88.8%
2.	<i>Instagram</i>	84.8%
3.	<i>Facebook</i>	81.3%
4.	<i>TikTok</i>	61.3%
5.	<i>Telegram</i>	62.8%
6.	<i>Twitter</i>	58.3%
7.	<i>Facebook Messenger</i>	48.6%
8.	<i>Linkedin</i>	29.4%
9.	<i>Snapchat</i>	17.7%
10.	<i>Discord</i>	17.6%
11.	<i>Skype</i>	14.9%

Sumber : Indonesia Digital Report (2022)

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa pengguna media sosial menggemari berbagai macam *platform* media sosial. Platform *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook* menempati posisi peminat terbanyak diantara *platform* lainnya. Mewabahnya jaringan media sosial di tengah masyarakat saat ini, membuktikan bahwa media sosial memiliki magnet terhadap penggunanya yang membuat penggunanya tidak bisa lepas.

⁴Hootsuite (We are Social): “*Indonesian Digital Report 2022*” diakses dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>, pada tanggal 1 Oktober 2022 pukul 19.30 WIB.

Berbagai asupan konten dari media sosial merupakan kebutuhan wajib bagi tiap manusia di era modern ini. Kehadiran media sosial yang merupakan dampak kemajuan teknologi komunikasi dan informasi tidak hanya memberikan dampak secara positif, tetapi juga memberikan dampak negatif apabila tidak bisa memanfaatkannya dengan baik. Dengan menggunakan media sosial, dunia seperti tidak lagi memiliki batasan dan menyebabkan tidak ada lagi perbedaan antara ruang privasi dengan ruang publik. Media sosial membuat penggunaannya bebas mengunggah apapun, seperti bagaimana kondisi dirinya dan dengan bebas mengungkapkan masalah pribadinya terkait bagaimana perasaannya dan segala sesuatu yang ia lakukan (Nasrullah, 2017: 213). Hal ini seolah sudah menjadi gaya hidup dan *trend* baru di era modern ini, di mana publik bisa mengetahui permasalahan-permasalahan pribadi seseorang yang bahkan tidak dikenalnya. Individu tidak mampu lagi membedakan mana yang realitas media dan mana yang realitas (Rianto, 2019: 24).

Berdasarkan data yang dirilis APJII, segmentasi pengguna terbesar internet merupakan kalangan remaja. Penggunaan internet ini digunakan untuk mengakses berbagai jenis media sosial. Berdasarkan laporan yang dirilis oleh Databoks Indonesia yang bersumber dari *We Are Social Indonesian Digital Report 2022*, menyatakan bahwa semakin muda usia pengguna media sosial, maka akan semakin lama durasinya untuk menggunakan media sosial.⁵

⁵Databoks.katadata.co.id, "Berapa Lama Masyarakat Global Akses Medsos Setiap Hari?" diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/berapa-lama-masyarakat-global-akses-medsos-setiap-hari>, pada tanggal 30 Oktober 2022 pukul 21.30 WIB.

Pada dasarnya penggunaan media sosial sangat membantu mempermudah akses komunikasi dan informasi dari segala bidang. Apalagi bagi remaja sendiri, media sosial bisa dimanfaatkan sebagai wadah untuk mengembangkan diri. Media sosial akan sangat membantu para remaja untuk memperluas pengetahuan dan penambah wawasan apabila digunakan sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, para remaja semestinya harus menggunakan media sosial secara bijak dan produktif. Karena akan sangat banyak pengaruh positif yang diperoleh apabila menggunakan media sosial sesuai dengan aturannya, akan tetapi apabila penggunaan media sosial dilakukan secara berlebihan dan tidak terkelola dengan baik, maka yang akan diperoleh tentu pengaruh negatifnya.

Remaja merupakan pengguna aktif media sosial di Indonesia. Remaja merupakan anak dengan rentang usia 10-19 tahun. Usia ini merupakan usia rentan karena remaja berada pada masa transisi atau peralihan menuju usia dewasa. Khususnya pada remaja yang duduk di bangku Sekolah Menengah Pertama. Masa remaja merupakan masa yang penuh dengan rasa kebingungan, karena belum mengetahui mana sesuatu yang berdampak positif (bermanfaat) bagi dirinya dan mana yang negatif, masa remaja juga ditandai dengan rasa penasaran dan keingintahuan yang sangat tinggi, sehingga dengan masuknya pengaruh media sosial yang tidak baik kepada remaja tentu akan mempengaruhi bagaimana pembentukan karakter dan identitas dirinya.

Salah satu Sekolah Menengah Pertama Negeri yang ada di Nagari Limo Kaum adalah SMPN 3 Batusangkar yang memiliki siswa sebanyak 369 orang. Berdasarkan hasil survei dan wawancara awal yang penulis lakukan dengan Kepala Sekolah dan guru SMPN 3 Batusangkar pada tanggal 30 September 2022,

bahwa hampir seluruh siswanya telah menggunakan *smartphone* pribadi. Hal ini, dipicu oleh kondisi *pandemic covid 19* kemarin yang mewajibkan pembelajaran dilakukan secara *online*.

Menurut beliau, penggunaan media sosial tidak hanya memberikan dampak positif kepada siswa/siswinya akan tetapi juga memberikan dampak negatif, di samping mempermudah akses pembelajaran untuk memperoleh materi dan mengerjakan tugas, penggunaan media sosial juga memberikan dampak negatif apabila tidak ada kontrol dan batasan dalam penggunaannya. Dampak nyatanya adalah dalam proses pembelajaran, di pagi hari banyak siswa yang sudah tidak semangat untuk mengikuti proses belajar mengajar di kelas karena diserang rasa kantuk. Ketika ditanya jam tidurnya, siswa ini tidak sungkan untuk menjawab bahwa mereka tidur pukul 01.00 dini hari bahkan lewat akibat asyik bermain *handphone*. Hal ini tentu menyebabkan mereka kehilangan fokus untuk menerima materi pembelajaran. Durasi penggunaan media sosial yang tidak menentu dan menghabiskan berjam-jam waktu ini tentu berimbas kepada proses belajar mengajar mereka di sekolah.

Masalah lainnya adalah penggunaan media sosial juga memberikan pengaruh terhadap etika atau pembentukan akhlak siswa-siswi di sekolah, terutama dari segi bicara, yaitu gaya bahasa yang tidak lagi untuk anak seusia nya seperti, gaya bicara yang kurang sopan dan tidak menghargai. Dandanan bagi siswa perempuan yang bahkan sudah menggunakan lipstik dan bedak yang tidak sesuai aturan di sekolah. Dari permasalahan-permasalahan di atas, kekhawatiran terbesar para guru adalah karena siswa SMP ini berada pada masa pubertas, segala

bentuk tontonan atau konten yang mereka lihat di laman media sosialnya tentu turut mempengaruhi bagaimana pembentukan karakter dan identitas dirinya.

Media sosial yang menyuguhkan beragam konten menarik melalui berbagai aplikasi/*platform* tentu menjadi daya tarik bagi penggunanya. Beragamnya konten-konten menarik yang ada pada media sosial membuat penggunanya lupa waktu dalam menggunakannya. Konten-konten tersebut di antaranya adalah konten terkait edukasi/pembelajaran, informasi/berita, gaya hidup/*fashion*, makanan/kuliner, musik, dan konten-konten *entertain*/hiburan. Konten-konten yang disajikan dalam bentuk foto atau video pendek yang menarik, mampu menghipnotis penggunanya untuk berlama-lama men-*scroll* media sosialnya. Belum lagi remaja menggunakan media sosial untuk mengekspresikan dirinya dengan mengunggah foto atau video, bertukar pesan, menambah kenalan/teman baru yang terkadang tidak jelas identitasnya, membagikan kegiatan sehari-hari di laman media sosialnya agar dianggap *eksis* dan *hits* di kalangan teman-temannya. Khususnya teman-teman sekolahnya. Alasan lain remaja menghabiskan waktu berjam-jam di media sosial adalah agar tidak ketinggalan informasi dan tetap *update*, meskipun tidak mengunggah sesuatu di akun media sosialnya.

Penulis juga sempat melakukan wawancara singkat dengan beberapa siswa SMPN 3 Batusangkar tersebut, di mana menurut mereka ada stigma yang melekat pada diri remaja dalam menggunakan media sosial, yaitu apabila tidak menggunakan media sosial maka dianggap tidak gaul, tidak *update*, dan tidak keren. Hal inilah yang mendorong para remaja untuk menggunakan media sosial. Ketika remaja mengunggah sesuatu atau membuat unggahan di media sosialnya dengan foto, video atau status berupa perasaan dan kegiatan yang sedang ia

lakukan, dan mendapat *like* dan komentar dari teman-teman media sosialnya, membuat mereka merasa diperhatikan dan menganggap dirinya semakin dikenal. Belum lagi ada perasaan lebih mudah berinteraksi dan bergaul di media sosial dibandingkan dunia nyata sehingga, hal ini membuat remaja semakin susah untuk mengalihkan diri dari pemakaian media sosial (Felita et al., 2016: 32).

Interpretasi remaja dalam menggunakan media sosial adalah untuk mencari hiburan dan mengisi waktu luang mereka. Penggunaan *smartphone* yang fleksibel yang bisa digunakan kapan dan di mana saja, membuat akses terhadap media sosial bagi remaja menjadi sangat mudah (Triastuti et al., 2017: 43). Karena sebanyak 89,03% masyarakat Indonesia menggunakan *smartphone* dan *tablet* untuk terkoneksi dengan internet.⁶ Remaja sendiri belum bisa melihat dan merasakan apakah konten yang ia lihat bermanfaat bagi dirinya atau tidak atau penggunaan media sosial ini bagi mereka hanya semacam *euphoria* semata. Masalah lainnya adalah untuk berselancar di media sosial menghabiskan waktu berjam-jam, di mana berdasarkan survei masyarakat Indonesia menghabiskan waktu 3,2 jam untuk bermedia sosial setiap harinya.⁷ Penggunaan media sosial tentunya juga menambah pengeluaran uang untuk membeli paket data dan sebagainya. Bahkan remaja juga melupakan tugasnya sebagai pelajar akibat asik dan sibuk dengan media sosialnya. Penggunaan media sosial membuat seakan-akan remaja hidup dalam dunia baru, akibatnya remaja menjadi lalai terhadap kewajibannya. Belum lagi remaja menggunakan media sosial tanpa arah dan

⁶APJII, “Laporan Survei Profil Internet Indonesia 2022” diakses dari <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>, diakses pada tanggal 1 Oktober 2022 pukul 17.00

⁷Databoks.katadata.co.id, “Warga RI Main Medsos 3 Jam Per Hari, Ini Peringkat Globalnya” diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/09/warga-ri-main-medsos-3-jam-per-hari-ini-peringkat-globalnya>, pada tanggal 20 Oktober 2022 pukul 09.45 WIB.

tujuan yang jelas sehingga, melupakan kewajiban untuk belajar, tidak membuat tugas, bahkan tidur larut malam yang mengakibatkan ketidak fokusan pada esok harinya ketika proses belajar mengajar berlangsung di sekolah.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, dapat dilihat bahwa masa remaja merupakan masa yang rentan karena banyak pengaruh-pengaruh luar yang masuk ke dalam kehidupannya. Terutama dari akses media sosial yang mereka gunakan. Dengan berjuta-juta konten yang disajikan oleh media sosial setiap harinya, membuat remaja tidak berpikir dua kali untuk menikmati berbagai fitur yang diberikan oleh media sosial.

Media sosial turut mempengaruhi bagaimana perilaku dan pembentukan karakter remaja dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini tentu berkaitan langsung dengan akhlak dan etika remaja yang semakin menurun akibat tidak terkontrolnya penggunaan media sosial yang mereka lakukan. Remaja tidak bisa membedakan mana konten yang bermanfaat dan baik bagi dirinya dan mana yang tidak. Bahkan konten-konten yang tidak bermanfaat ini lebih disukai oleh remaja. Seperti fakta yang penulis temukan ketika melakukan survei dengan pengisian kuesioner, dari kuesioner yang penulis sebar para siswa lebih senang melihat konten-konten hiburan dibandingkan konten terkait edukasi/pembelajaran. Bahkan mereka juga tak segan meng-*upload* konten-konten yang mereka anggap bisa menambah eksistensi diri mereka.

Social networking atau media jaringan sosial merupakan sebuah sarana yang digunakan oleh para pengguna media sosial untuk melakukan hubungan sosial di dunia virtual, dengan konsekuensi dari hubungan sosial yang tercipta tersebut

adalah seperti terbentuknya nilai-nilai, moral, dan etika (Nasrullah, 2017: 48). Namun nilai-nilai yang terbentuk ini tentu tidak semua bisa menjadi positif, tergantung dari pengguna media sosial seperti apa mengaplikasikannya. Bagi kalangan remaja media sosial merupakan rumah kedua yang digunakan sebagai ajang hiburan, mengisi waktu luang, dan mengekspresikan diri melalui unggahan yang diunggah pada akun media sosial pribadinya. Apakah itu unggahan foto/video, hingga cerita atau status ketika mereka merasa bahagia dan sedih, semuanya dicurahkan di media sosial tanpa rasa sungkan dalam rangka menunjukkan eksistensi diri, padahal hal seperti ini sangat rentan terhadap kejahatan di dunia maya.

Penggunaan media sosial yang tidak terkontrol bagi remaja tentu berdampak kepada pembentukan karakter dan konsep diri remaja SMP ini, dengan beragamnya asupan konten yang mereka lihat di media sosial setiap harinya. Seperti cara berpikir, gaya bicara atau berbahasa, gaya berpakaian, dan unggahan-unggahan yang mereka *posting* di media sosialnya yang mungkin belum tentu patut untuk anak seusianya. Jangan sampai karakter dan konsep diri yang mereka bangun bersumber dari pengaruh-pengaruh media sosial yang belum tentu baik bagi mereka ke depannya.

Media sosial menyuguhkan berbagai hal dengan masif, lemahnya pengawasan badan penyiaran publik tentu memberikan akses lebih kepada setiap orang untuk membuka apa yang mereka inginkan (Meilinda et al., 2020). Oleh sebab itu, tidak adanya kontrol terkait penggunaan media sosial pada remaja ini, tentu memberikan kebebasan kepada mereka untuk mengakses apa saja dan berimbas kepada karakter dan akhlak yang makin menurun. Belum lagi keluhan

orang tua terkait perilaku anaknya yang semakin anti sosial dan jarang bergaul dengan lingkungan sekitar, karena asyik menghabiskan waktu untuk bermain *handphone*, menjadi malas, bahkan bertambahnya tuntutan untuk membeli/memiliki pakaian atau gaya yang sama dengan konten-konten yang dilihatnya. Keluhan lainnya adalah terkait tambahan pengeluaran terkait pembelian paket internet untuk anak-anaknya. Masalah-masalah di atas mengacu pada bagaimana pola penggunaan media sosial yang tidak teratur akan tetapi telah menjadi kebiasaan para siswa tentu susah untuk dirubah.

Mengacu pada masalah-masalah di atas terkait tantangan dan harapan yang diberikan oleh media sosial kepada para remaja, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : **“Bagaimana pola penggunaan media sosial pada siswa SMPN 3 Batusangkar?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1.3.1 Tujuan Umum

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan pola penggunaan media sosial pada siswa SMPN 3 Batusangkar.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mendeskripsikan perangkat dan jaringan yang digunakan oleh siswa SMPN 3 Batusangkar untuk membuka media sosial.
2. Mendeskripsikan aplikasi media sosial yang sering digunakan oleh siswa SMPN 3 Batusangkar.
3. Mendeskripsikan aktivitas siswa SMPN 3 Batusangkar dalam menggunakan media sosial.

4. Mendeskripsikan durasi, waktu dan tempat yang digunakan oleh siswa SMPN 3 Batusangkar untuk membuka media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan remaja mengenai pola penggunaan media sosial dan memberikan kontribusi terhadap perkembangan khasanah ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan disiplin ilmu sosial, terutama bagi studi Sosiologi Komunikasi.

1.4.2 Aspek Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada berbagai pihak, terutama remaja sendiri terkait bijak dalam menggunakan media sosial. Kemudian penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan acuan bagi pihak-pihak lain yang tertarik untuk meneliti permasalahan ini untuk dikaji lebih lanjut.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Konsep Pola Penggunaan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata “pola” didefinisikan sebagai bentuk atau struktur yang tetap. Kata pola juga bisa didefinisikan sebagai kebiasaan yang dilakukan berulang kali. Sementara kata “penggunaan” didefinisikan sebagai proses, cara perbuatan memakai sesuatu, dan pemakaian. Penggunaan merupakan suatu kegiatan dalam menggunakan dan memakai sesuatu baik itu barang/benda dan berbagai macam sarana prasarana. Penggunaan sesuatu berhubungan dengan dimensi lamanya pemakaian terhadap benda/barang dan sarana yang digunakan. Menurut Ardianto, dalam bukunya yang berjudul

Komunikasi Massa, tingkat penggunaan media dapat dilihat dari frekuensi dan durasi dari penggunaan media tersebut (Nurkarima, 2018: 11). Sehingga pola penggunaan bisa didefinisikan sebagai suatu struktur atau bentuk kebiasaan dalam menggunakan sesuatu yang dilakukan berulang kali sehingga membentuk sebuah kebiasaan.

Pola penggunaan yang dibahas dalam penelitian ini adalah pola penggunaan media sosial yang dilakukan oleh remaja yang merupakan siswa SMPN 3 Batusangkar. Pola penggunaan media sosial merupakan gambaran yang memperlihatkan bagaimana kebiasaan seseorang dalam menggunakan media sosial. Pola penggunaan media sosial juga dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan berulang kali dalam memakai atau menggunakan media sosial sehingga melahirkan suatu pola atau struktur kebiasaan (Syahreza, 2017: 31). Untuk melihat pola penggunaan media sosial yang dilakukan seseorang bisa ditinjau berdasarkan beberapa aspek berikut (Ashaari et al., 2021: 135-138) :

1. Perangkat untuk mengakses media sosial, perangkat merupakan alat pokok yang digunakan seseorang agar bisa membuka atau bisa mengakses media sosial. Beberapa perangkat yang lumrah digunakan untuk bisa mengakses media sosial diantaranya adalah, *Smartphone*, *Tab*, *PC/Komputer*, *Laptop* dan berbagai jenis *gadget* lainnya. Perangkat yang digunakan untuk membuka media sosial juga membutuhkan jaringan agar bisa mengakses berbagai konten yang ada pada media sosial. Jaringan yang biasanya digunakan adalah paket data (kuota internet) dan *Wifi*. Sehingga jaringan juga merupakan komponen pokok yang digunakan untuk mengakses media sosial, dimana jaringanlah yang akan menghubungkan perangkat dengan media sosial.

2. Aplikasi media sosial yang sering digunakan, media sosial terdiri dari berbagai jenis aplikasi. Aplikasi-aplikasi inilah yang digunakan oleh para pengguna media sosial untuk mengakses berbagai macam konten. Beberapa jenis aplikasi media sosial diantaranya adalah *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *Telegram*, *Twitter*, *Youtube*, dan lainnya.

3. Durasi penggunaan media sosial dalam sehari, durasi merupakan rentang waktu atau lamanya waktu yang dihabiskan dalam sehari untuk membuka media sosial. Lamanya waktu yang dihabiskan seseorang untuk membuka media sosial setiap harinya akan berpengaruh kepada pola penggunaan, sehingga lamanya waktu yang dihabiskan merupakan salah satu komponen dalam melihat bagaimana pemakaian media sosial dalam sehari. Lama waktu yang dihabiskan untuk membuka media sosial juga akan memperlihatkan tingkat ketergantungan seseorang terhadap penggunaan media sosial.

4. Tujuan penggunaan media sosial, dalam menggunakan media sosial seseorang tentu memiliki tujuan yang ingin dicapai. Beberapa tujuan kenapa biasanya seseorang membuka media sosial adalah untuk mempermudah komunikasi, memperoleh informasi, dan sebagai sarana hiburan melalui berbagai konten-konten yang ada di media sosial.

5. Konten yang diakses, daya tarik penggunaan media sosial bagi para penggunanya adalah melalui beragam konten yang disajikan pada media sosial. Konten media sosial merupakan isi dari media sosial terkait. Setiap media sosial memiliki konten yang berbeda tergantung dari jenis aplikasi media sosial yang digunakan. Beberapa konten yang ada pada media sosial adalah konten mengenai edukasi/pembelajaran, konten mengenai informasi, konten mengenai *fashion* atau

gaya hidup, konten mengenai makanan/kuliner, konten mengenai musik, konten mengenai hiburan, dan konten-konten lainnya.

Aspek-aspek di atas merupakan cerminan bagaimana pola penggunaan media sosial pada seseorang yang dilihat dari perangkat yang digunakan, aplikasi yang sering digunakan, durasi penggunaan, tujuan penggunaan, dan konten yang diakses. Namun tidak menutup masih ada aspek-aspek lain yang bisa dijadikan sebagai tolak ukur pola penggunaan media sosial. Hal ini tergantung kepada kebiasaan dan pengalaman seseorang tersebut dalam menggunakan media sosial. Pada penelitian ini, pola penggunaan media sosial pada siswa SMPN 3 Batusangkar dilihat melalui aspek-aspek berikut yaitu, perangkat dan jenis jaringan yang digunakan, aplikasi media sosial yang sering digunakan, aktivitas-aktivitas dalam menggunakan media sosial, yang meliputi tujuan penggunaan, konten yang diakses, pengalaman membuat postingan, bentuk postingan yang diunggah, pengalaman memperoleh teman/kenalan baru, fitur komunikasi yang biasa digunakan di media sosial, pengalaman tidak menyenangkan yang pernah dialami selama menggunakan media sosial, bagaimana interaksi setelah menggunakan media sosial dengan lingkungan sekitar, dan pola penggunaan terakhir dilihat melalui durasi, waktu, dan tempat dimana siswa biasanya menggunakan media sosial.

1.5.2 Konsep Media Sosial

Media sosial terdiri dari dua kata yaitu media dan sosial. Kata media secara sederhana bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi, kata media akan senantiasa berhubungan dengan sarana yang disertai dengan teknologi. Penggunaan kata media juga sangat akrab dengan proses komunikasi. Karena proses komunikasi

memerlukan tiga hal yaitu objek, organ, dan medium. Media memiliki pengertian yang berbeda apabila dilihat dari perspektif lain atau berdasarkan kriteria-kriteria tertentu.

Pandangan Meyrowitz (1999) dalam memahami kata medium ia memiliki tiga ungkapan untuk melihat media ini. Pertama, medium sebagai saluran (*medium as vessel/conduit*). Media merupakan saluran yang membawa pesan. Kedua, medium adalah bahasa (*medium as language*). Medium merupakan bahasa itu sendiri yang memiliki makna bahwa media mempunyai sesuatu yang berbeda dari yang lain yang bisa mewakili ekspresi atau mengandung suatu pesan. Ketiga, medium adalah lingkungan (*medium as environment*). Maksudnya adalah media bukan hanya teks semata akan tetapi perlu dilihat dalam segi konteks media itu sendiri bagaimana. Dari hal diatas dapat disimpulkan bahwa media bisa dilihat dari beberapa aspek dan sisi.

Kata sosial menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), memiliki pengertian sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat dan kepentingan umum. Kata “sosial” dalam media sosial secara teori seharusnya didekati oleh ranah sosiologi. Karena tidak mudah untuk memahami kata sosial dalam kaitannya dengan media sosial. Para ahli sosiologi mengemukakan pendapatnya terkait makna kata sosial (Nasrullah, 2017: 7-8). Ahli sosiologi tersebut di antaranya adalah :

1. Menurut Durkheim, sosial merujuk pada kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Hal ini menegaskan bahwa pada kenyataannya media dan semua

perangkat lunak (*software*) merupakan sosial dalam makna bahwa keduanya merupakan bagian atau hasil dari proses sosial.

2. Menurut Weber, kata sosial merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial ini bisa dilihat dalam kategori aksi sosial (*social action*) dan relasi sosial (*social relation*). Kategori ini bisa membawa penjelasan terkait apa itu aktivitas sosial dan aktivitas individual. Namun diperlukan simbol-simbol yang bermakna di antara individu yang menjadi aktor dalam relasi tersebut.
3. Menurut Tonnies, sosial itu merujuk pada kata komunitas (*community*). Menurut Tonnies, kata sosial tersebut merupakan eksistensi dari komunitas merujuk pada kesadaran dari anggota komunitas bahwa mereka saling memiliki dan afirmasi dari kondisi tersebut adalah kebersamaan yang saling bergantung satu sama lain.
4. Menurut Marx, makna sosial itu merujuk kepada saling bekerja sama (*co-operative work*). Karena individu bisa saling bekerja sama apapun kondisinya, dimana menurut Marx ada penekanan bahwa sosial berarti terdapatnya karakter kerja sama di antara individu dalam rangka membentuk kualitas baru dari masyarakat

Berdasarkan teori-teori sosial diatas, dapat disimpulkan bahwa perkembangan media sosial bisa dilihat dari perkembangan hubungan individu dengan perangkat media. Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017: 11)

Selain itu para ahli juga telah mendefinisikan media sosial ke dalam berbagai klasifikasi dan dikonsepsikan ke dalam jutaan pandangan yang berbeda mengenai apa itu media sosial (Freberg, 2019: 36). Definisi tersebut di antaranya adalah :

1. Mangold & Faulds (2009), media sosial merupakan media yang menggabungkan berbagai forum *online* dari mulut ke mulut, termasuk di dalamnya blog, ruang obrolan dan diskusi dengan berbagai orang, beragam situs web dan internet serta mikroblog.
2. Sweetser & Howes (2009), media sosial merupakan sebuah praktik *online* yang memanfaatkan teknologi dan memungkinkan orang untuk berbagi konten, mengeluarkan pendapat (opini), pengalaman serta wawasan dari media itu sendiri.
3. Meike & Young (2012), media sosial merupakan konvergensi antara komunikasi saling personal dalam artian saling berbagi di antara individu maupun publik.
4. Van Dijk (2013), media sosial merupakan platform media yang fokusnya adalah eksistensi pengguna yang memberikan fasilitas kepada para penggunanya untuk beraktivitas dan berkolaborasi. Oleh sebab itu, media sosial juga merupakan fasilitator *online* yang menguatkan hubungan antar penggunanya dalam menjalin ikatan sosial.

Berdasarkan pengertian di atas dapat diketahui bahwa media sosial merupakan sebuah media *online* di mana para penggunanya atau disebut juga dengan *user* melalui berbagai aplikasi yang terhubung dengan jaringan internet bisa berinteraksi secara sosial dengan mudah untuk saling berbagi, berpartisipasi,

dan membuat berbagai konten berupa wiki, blog, jejaring sosial dan forum.⁸ Media sosial melibatkan media yang berupa situs dan berbagai aplikasi serta *platform* yang terhubung dengan internet. Internet dan media sosial merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan. Keduanya mendorong hal-hal baru sehingga perkembangannya sangat pesat.

Media sosial telah didefinisikan dengan sedemikian rupa, di mana definisinya melampaui pengertian dari media-media lain. Hal ini di karena kan media sosial memiliki kekuatan atau *power* yang sangat baik dalam membuat berbagai macam konten secara *real time* dengan melibatkan para penggunanya dari berbagai macam *platform-platform* media sosial yang ada. Hal inilah yang membuat media sosial semakin diminati oleh banyak orang. Media sosial memiliki berbagai peluang, tantangan, dan pengalaman yang membuat para penggunanya selalu ingin menggunakan media sosial (Freberg, 2019: 39-40). Hal tersebut di antaranya adalah :

1. Media sosial memungkinkan terjadinya dialog (komunikasi) antara individu dengan individu, individu dengan banyak orang dan komunikasi yang dilakukan antar banyak orang (publik) secara nyata.
2. Media sosial memungkinkan terjadinya hubungan baru dengan berbagai kenalan, tambahan koneksi, dan peluang untuk membuka suatu usaha melalui *personal branding*.

⁸ Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan, RI. “*Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*” (2014).

3. Media sosial memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto, video, dan berbagai konten lainnya untuk membangun citra diri yang diinginkan.
4. Media sosial memberikan kesadaran akan citra-citra dan cerita yang dibangun penggunanya.
5. Media sosial juga menjadi sumber daya pendidikan, pelatihan, dan dukungan bagi masyarakat.
6. Media sosial akan membangun kesadaran para penggunanya untuk selalu ingin diperhatikan oleh lingkungan media sosialnya.
7. Media sosial akan memberikan ajakan kepada para penggunanya untuk melakukan hal-hal yang diiklankan di dalamnya baik berupa produk maupun jasa.
8. Media sosial akan cepat menanggapi keluhan-keluhan ataupun situasi krisis dalam masyarakat melalui berita atau informasi yang dirilis secara cepat.

Sebagai sebuah wadah komunikasi dan informasi, media sosial memiliki beberapa fungsi pokok, Kietzmann et al., (2011: 243-247) dalam jurnalnya yang berjudul "*Understanding the Functional Building Blocks of Social Media*". Menjelaskan beberapa fungsi dari media sosial. Mereka menjelaskan fungsi media sosial kedalam tujuh blok fungsional dari media sosial yang berhubungan satu sama lainnya. Fungsi-fungsi tersebut diantaranya adalah *identity* (identitas), *conversations* (percakapan), *sharing* (berbagi), *presence* (kehadiran), *relationships* (hubungan/pertemanan), *reputation* (reputasi), dan *groups* (grup/kelompok). Penjelasan dari fungsi-fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Identity* (identitas), merupakan blok yang memperlihatkan sejauh mana pengguna media sosial mengungkapkan jati diri mereka dalam pengaturan media sosial.
2. *Conversations* (percakapan), merupakan blok yang melihat sejauh mana para pengguna media sosial berkomunikasi dengan pengguna lain di dalamnya.
3. *Sharing* (berbagi), merupakan blok yang melihat sejauh mana para pengguna media sosial saling bertukar, mendistribusikan, dan menerima konten.
4. *Presence* (kehadiran), merupakan blok yang melihat sejauh mana pengguna dapat mengetahui bahwa pengguna lain dapat diakses atau tidak.
5. *Relationships* (hubungan), merupakan blok yang melihat sejauh mana pengguna media sosial saling berhubungan dengan pengguna lain.
6. *Reputations* (reputasi), merupakan blok yang melihat sejauh mana pengguna dapat mengidentifikasi posisi orang lain, termasuk diri mereka sendiri dalam pengaturan media sosial.
7. *Groups* (grup/kelompok), merupakan blok yang melihat sejauh mana pengguna bisa membentuk komunitas maupun sub komunitas.

Media sosial memiliki berbagai manfaat bagi para penggunanya. Khususnya bagi remaja yang merupakan pengguna aktif media sosial. Berikut merupakan beberapa manfaat media sosial bagi anak dan remaja (Triastuti et al, 2017: 63-65):

1. Kemudahan dalam mencari dan memperoleh informasi, penggunaan media sosial memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk mencari informasi dari berbagai belahan dunia. Mulai dari informasi yang bersifat umum sampai ke informasi spesifik atau khusus yang ingin diketahuinya.

2. Mempermudah akses informasi untuk tugas dan pelajaran sekolah, media sosial memberikan akses kepada para penggunanya untuk saling bertukar informasi terkait tugas serta pelajaran yang ada di sekolah. Hal ini bisa dilihat dari pemanfaatan aplikasi seperti *WhatsApp* dan *Line* yang digunakan remaja untuk bertukar informasi terkait tugas sekolah mereka dan pemanfaatan aplikasi *browsing* untuk mencari atau menelusuri informasi yang lengkap.
3. Mempermudah akses komunikasi dengan keluarga serta teman. Media sosial bagi anak dan remaja merupakan wadah yang menghubungkan mereka dengan orang yang jauh dari jangkauan nya terutama teman. Hal ini juga berarti bahwasanya media sosial merupakan salah satu wadah anak dan remaja bersosialisasi baik dengan keluarga maupun temannya. Media sosial juga sangat memungkinkan remaja menemukan teman atau kenalan baru di dalamnya.
4. Menggunakan media sosial untuk menonton dan hiburan, salah satu manfaat media sosial bagi anak dan remaja adalah sebagai sarana tontonan yang menyuguhkan berbagai macam tontonan menarik. Misalnya saja lewat *Youtube*, remaja bisa mengakses berbagai tontonan yang mereka inginkan seperti hiburan, musik, film, video tutorial, pembelajaran dan sebagainya.
5. Media sosial juga digunakan sebagai sarana belanja *online*. Hal ini bisa dilihat dari benda atau barang hasil belanja online yang dibeli remaja. Baik itu berupa makanan maupun pakaian. Bahkan tak menutup kemungkinan belanja online dilakukan oleh remaja sebagai dampak dari mengakses

media sosial juga. Misalnya melihat konten terkait *fashion*, maka tertarik untuk memiliki pakaian yang sama.

1.5.3 Konsep Remaja

Masa remaja merupakan masa peralihan dari usia kanak-kanak kepada usia dewasa atau juga dikenal dengan masa transisi. Ada berbagai macam istilah terkait kata remaja ini, *puberty* (Inggris), *puberteit* (Belanda), *pubertas* (Latin), yang berarti kedewasaan yang dilandasi oleh sifat dan tanda kelaki-lakian (Rumini & Sundari 2004: 53). Ada juga yang menggunakan istilah *adolescere* yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa”. Masa remaja merupakan masa berangsur-angsur menuju kematangan secara fisik, akal, kejiwaan, dan sosial serta emosional (Al-Mighwar, 2006: 55). Sehingga dalam fase ini remaja banyak mengalami perubahan baik dari segi fisik maupun psikisnya yang akan mempengaruhi kehidupannya.

Apabila ditinjau dari sudut perkembangan fisik, masa remaja dikenal dengan masa pubertas dimana terjadi kematangan pada organ-organ fisiknya. Menurut WHO, remaja merupakan penduduk dengan rentang usia 10-19 tahun. WHO memberikan pengertian yang lebih terkonsep terkait remaja yaitu mencakup biologis, psikologis, dan sosial ekonomi (Sarwono, 2020: 11). Definisi tersebut adalah remaja merupakan suatu masa dimana :

1. Individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekunder nya sampai saat ia mencapai kematangan seksual.
2. Individu mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa.

3. Terjadi peralihan dan ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh pada keadaan yang relatif lebih mandiri (Muangman, 1980: 8 dalam Sarwono, 2019: 12).

Sementara itu terkait batasan usia remaja para ahli juga memiliki berbagai pandangan. Hurlock (1990: 184), membagi tahap puber menjadi tiga bagian sebagai berikut :

1. Tahap pra puber : Wanita 11-13 tahun; pria 14-16 tahun
2. Tahap puber : Wanita 13-17 tahun; pria 14-17 tahun 6 bulan
3. Tahap pasca puber : Wanita 17-21 tahun; pria 17 tahun 6 bulan - 21 tahun

Definisi remaja menurut masyarakat Indonesia adalah berpedoman kepada batasan usia 11-24 tahun dan belum menikah dengan pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut (Sarwono, 2019: 19) :

1. Usia 11 tahun adalah usia ketika pada umumnya tanda-tanda seksual sekunder mulai terlihat (kriteria fisik)
2. Pada masyarakat Indonesia usia 11 tahun merupakan usia akil balig baik menurut agama atau adat
3. Pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa
4. Batas usia 24 tahun merupakan batasan maksimal, dimana orang-orang yang sampai usia 24 tahun belum bisa memenuhi persyaratan kedewasaan secara sosial maupun psikologis, masih dapat digolongkan remaja
5. Remaja dibatasi khusus untuk individu yang belum menikah

1.5.4 Tinjauan Sosiologis

Penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Jean. P Baudrillard tentang hiper-realitas, simulakra, simulasi dan konsumsi. Beliau merupakan seorang Filsuf dan Sosiolog asal Prancis. Baudrillard merupakan seorang tokoh pemikir *postmodern* yang banyak memberikan sumbangan pemikiran dengan ide-ide yang luar biasa yang mana salah satunya adalah terkait hiper-realitas, simuklara, dan konsumsi masyarakat (Jauhari, 2017: 126).

Sebagaimana yang diketahui bahwa saat ini masyarakat tengah berkembang dan memasuki era *post-modern*, sehingga menyebabkan berbagai perubahan dalam bidang kehidupan seperti pola perubahan interaksi sosial dan cara berkomunikasi dan juga perubahan terkait dengan perilaku masyarakat dalam menyikapi realitas sosial yang ada di sekitarnya. Baudrillard melihat era *postmodern* ini sebagai suatu *trend* dan sebagai suatu awal bagi era baru, yang ditandai dengan banyaknya komunikasi bermediasi, konsumsi simbolis, dan semakin sempitnya ruang dan waktu (Suyanto, 2013: 198-199).

Baudrillard (1983: 20) menggambarkan kehidupan *post-modern* ini sebagai hiper-realitas, karena makin sulit untuk membedakan mana realitas sosial yang alami, semu dan mana pula realitas sosial yang melampaui batas dirinya sendiri. Dunia melampaui realitas atau hiper-realitas ini merupakan sebuah bentuk realitas yang telah dikonstruksi sebaik mungkin melalui bantuan teknologi simulasi dan rekayasa pencitraan, sehingga mengambil alih keadaan sebenarnya atau realitas sesungguhnya. Hal ini di karenakan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, membuat segala sesuatu bisa direkayasa seolah-olah seperti asli (Suyanto, 2013: 200).

Kondisi hiper-realitas ini menciptakan suatu kondisi yang di dalamnya terdapat kepalsuan yang berbaur dengan keaslian, sehingga sangat sulit untuk membedakan mana yang asli dan palsu. Dampak dari adanya hiper-realitas ini adalah kepercayaan masyarakat terhadap kenyataan yang sebenarnya bukanlah kenyataan atau bisa juga disebut dengan pembodohan atas realitas (Jauhari, 2017: 129–30). Masyarakat saat ini cenderung memahami bahwa hiper-realitas yang ditampilkan merupakan realitas yang sebenarnya. Padahal realitas yang ada sudah dikonstruksi atau direkayasa sedemikian rupa seolah-olah merupakan sebuah realitas.

Kesatuan yang tak terpisahkan antara yang asli dengan yang palsu inilah yang disebut oleh Baudrillard sebagai simulakra, di mana dunia dibangun dari kacaunya nilai, fakta, tanda, citra, dan kode. Realitas tidak lagi memiliki referensi kecuali simulakra itu sendiri. Sementara simulasi merupakan proses penciptaan bentuk nyata melalui model-model yang tidak jelas asal realitas sebenarnya yang membuat sesuatu seperti imajinasi bisa tampak nyata. Dalam dunia yang mengalami simulasi antara fakta dan citra sangat susah untuk dibedakan. Citra yang ditampilkan bahkan sangat jauh dari realitas. Citra-citra yang dibangun oleh seseorang melalui perkembangan teknologi sekarang lebih meyakinkan ketimbang realitas sebenarnya. Sehingga realitas yang dihasilkan oleh teknologi saat ini telah mengalahkan keadaan atau realitas yang sesungguhnya. Oleh sebab itu, dalam perkembangan masyarakat *postmodern* ini, hiper-realitas merupakan sebuah simulasi yang dinikmati oleh masyarakat (Suyanto, 2013: 200).

Saat ini simulasi telah menjadi darah daging dan generasi baru dalam masyarakat, di mana model generasi simulasi ini tampil dengan nyata akan tetapi

tidak memiliki asal yang jelas. Simulasi menampilkan segala sesuatu tanpa asal-usul, sehingga tidak perlu lagi kerasionalan untuk melihat sebuah realitas karena simulasi membuat realitas melebihi realitas sebenarnya. Sangat sulit bahkan tidak ada lagi bagian dari realitas yang menjadi bagian dari kenyataan itu sendiri (Baudrillard, 1995: 3-4).

Konsumsi yang dilakukan masyarakat saat ini tidak lebih dalam upaya mengekspresikan diri melalui barang atau benda yang mereka beli karena harus mengikuti *trend* perkembangan zaman (Bacock, 1993: 67 dalam Bakti et al. 2019: 156). Hal ini merupakan dampak dari hiper-realitas, masyarakat melakukan konsumsi secara berlebihan bahkan terhadap barang serta jasa yang tidak jelas. Mereka melakukan konsumsi bukan karena kebutuhan atau kepentingan pokok, akan tetapi karena pengaruh dari model simulasi yang mereka lihat sehingga menyebabkan perubahan gaya hidup yang menjadi lebih konsumtif terhadap hal-hal yang tidak penting (Jauhari, 2017:130). Hal ini disebabkan oleh, karena masyarakat telah termakan rayuan iklan-iklan serta promosi yang dilakukan oleh para kapitalis dan menganggap apa yang ditampilkan atau diiklankan merupakan sebuah realitas yang nyata. Padahal hal tersebut merupakan simulasi semata.

Saat ini konsumen menciptakan perasaan tentang siapa diri mereka melalui barang atau benda yang mereka beli. Hal tersebut merupakan suatu hal yang lumrah di dunia konsumsi masyarakat saat ini, komoditas yang diproduksi kemudian dikonsumsi oleh masyarakat. Jean. P Baudrillard, berusaha memperluas konsumsi dari barang dan jasa kepada semua hal. Karena menurutnya segala hal bisa menjadi objek konsumen, sehingga konsumsi mengekang seluruh kehidupan manusia (Baudrillard: 1970, diterjemahkan oleh Wahyunto, 2004: 35).

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, pandangan dari Baudrillard secara sosiologis sangat berkaitan dengan pola penggunaan media sosial yang dilakukan oleh siswa SMPN 3 Batusangkar. Hal ini dapat dilihat dari pola penggunaan media sosial yang dilakukan siswa seperti aktivitas penggunaan media sosialnya, hingga durasi yang digunakan untuk mengakses media sosial. Akibatnya penggunaan media sosial yang mereka lakukan berujung pada kondisi hiper-realitas, simulasi, dan juga perilaku konsumtif. Hal ini bisa dilihat dari aktivitas/kegiatan yang mereka lakukan pada media sosial seperti, postingan yang mereka posting, konten-konten yang mereka tonton bahkan dicoba untuk direalisasikan pada kehidupan nyata, serta tingkah laku yang semakin konsumtif karena banyak membeli produk secara *online* akibat terpengaruh iklan di media sosial melalui berbagai aplikasi dan konten yang dilihat di media sosial. Durasi berjam-jam yang mereka gunakan untuk mengakses media sosial. Belum lagi penggunaan media sosial tersebut membuat siswa menjadi semakin jauh dari lingkungan pergaulan secara langsung dan semakin anti sosial akibat lebih senang melakukan interaksi di media sosial dibandingkan interaksi langsung, di mana seakan-akan mereka memiliki dunianya sendiri dalam media sosial yang semu tersebut.

1.5.5 Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan suatu penelitian yang sebelumnya sudah pernah dilakukan. Penelitian relevan dijadikan acuan dan rujukan bagi peneliti setelahnya karena memiliki keterkaitan baik dari segi judul, fenomena yang diteliti, dan permasalahan yang diteliti. Penelitian terkait penggunaan media sosial di kalangan remaja ini bukanlah merupakan penelitian yang pertama. Sudah ada

beberapa penelitian sebelumnya yang juga meneliti tentang fenomena ini. Penelitian-penelitian tersebut diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Rahmandika Syahrial Akbar, A'inindiya Naufi Teendhuha AR, dan Ria Sabekti. Penelitian ini memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan, yang disajikan ke dalam tabel berikut ini :



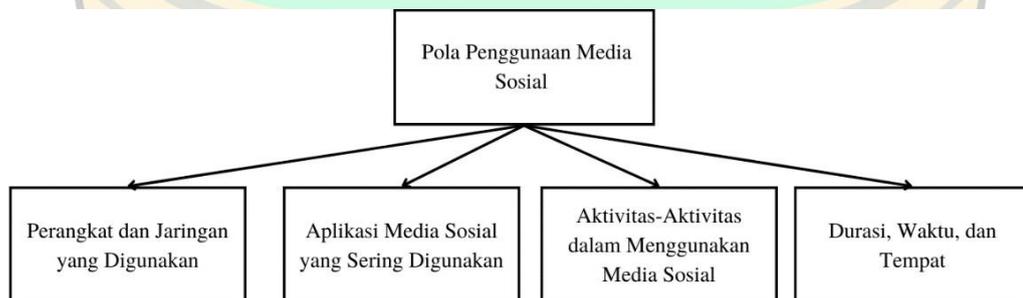
Tabel 1.2
Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu :

NO.	Judul	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1.	Rahmandika Syahril Akbar (Jurusan Sosiologi, FISIP Universitas Airlangga 2019). Dengan judul Skripsi : “Peran Media Sosial dalam Perubahan Gaya Hidup Remaja di SMA 3 Muhammadiyah Surabaya”.	Penggunaan media sosial membuat sebagian remaja mengalami perubahan gaya hidup. Dengan cara merealisasikan apa yang ia lihat ke dalam kehidupan nyata dari media sosialnya. Ada juga sebagian remaja yang tidak terpengaruh atau merubah gaya hidupnya akibat penggunaan media sosial.	Topik penelitian yang berbeda, penelitian ini membahas mengenai pola penggunaan media sosial pada siswa SMP. tujuan, lokasi penelitian, teori, serta metode yang digunakan berbeda.	Persamaan isu yang diangkat, yaitu mengenai media sosial dan remaja.
2.	A'inindiya Naufi Teendhuha AR, (Jurusan Psikologi UMM 2018). Dengan judul Skripsi : “Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Komunikasi Interpersonal Pada Remaja”.	Semakin tinggi intensitas seseorang menggunakan media sosial, maka akan semakin rendah komunikasi interpersonal yang dilakukannya. Begitu juga sebaliknya.	Topik yang berbeda, tujuan, serta lokasi penelitian juga berbeda.	Persamaan isu yang diangkat dan metode penelitian yang digunakan.
3.	Ria Sabekti (Penelitian <i>Cross Sectional</i> Jurusan pendidikan Ners, Fakultas Keperawatan, Universitas Airlangga 2019). Dengan judul Skripsi : “Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial (Jejaring Sosial) Dengan Kecenderungan Narsisme dan Aktualisasi Diri Remaja Akhir”.	Penggunaan media sosial dengan intensitas tinggi, akan berpengaruh kepada kecenderungan narsisme dan aktualisasi diri pada remaja.	Topik penelitian berbeda, fokus penelitiannya adalah mahasiswa, tujuan dan teori yang digunakan juga berbeda.	Persamaan isu dan metode penelitian yang digunakan.

Berdasarkan tabel perbandingan penelitian relevan tersebut dapat disimpulkan beberapa hal terkait perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari topik, lokasi penelitian yang berlangsung di tempat yang berbeda, waktu yang berbeda, fokus yang menjadi sasaran penelitian pun berbeda dan teori yang digunakan juga berbeda. Penelitian ini berfokus pada pola penggunaan media sosial pada remaja, yaitu kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan oleh remaja yang bersekolah di SMPN 3 Batusangkar ketika menggunakan media sosial. Pola penggunaan tersebut ada karena kebiasaan atau kecenderungan penggunaan media sosial yang dilakukan remaja setiap harinya sehingga melahirkan pola.

1.5.6 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, penulis membuat kerangka pemikiran pola penggunaan media sosial pada siswa SMPN 3 Batusangkar. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman dalam menjelaskan dan melakukan analisis data, maka untuk itu diperlukan suatu kerangka pemikiran. Berikut adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini.



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tipe penelitian survei deskriptif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang data penelitiannya berupa angka-angka dan analisis datanya menggunakan uji statistik. Metode penelitian kuantitatif disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulannya menggunakan instrumen penelitian, dan analisis datanya bersifat kuantitatif/statistik (Sugiyono, 2013: 7-8). Alasan menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menentukan pola penggunaan media sosial pada siswa SMPN 3 Batusangkar, yang mana pengolahan datanya dilakukan melalui uji statistik deskriptif, sehingga hasil pengolahan data serta interpretasi data disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan tabel silang/*crosstabs*.

Tipe penelitian ini menggunakan metode survei deskriptif. Penelitian survei merupakan sebuah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya (Effendi & Tukiran, 2012: 3). Tipe pendekatan yang dipilih adalah tipe deskriptif yaitu tipe pendekatan yang bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian berdasarkan keadaan sesungguhnya. Survei deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggeneralisasi suatu keadaan atau gejala sosial dengan populasi besar, sehingga dengan populasi besar tersebut peneliti dimungkinkan untuk meneliti menggunakan sampel untuk meringankan penelitian (Bungin, 2005: 44).

Penelitian dengan tipe survei deskriptif ini dimaksudkan untuk mengukur dengan cermat fenomena sosial tertentu yang diteliti, selain itu survei deskriptif juga digunakan untuk mengadakan evaluasi dan prediksi mengenai fenomena sosial tertentu (Effendi & Tukiran, 2012: 5). Oleh sebab itulah, tipe penelitian ini cocok untuk menjawab tujuan penelitian yaitu, untuk menentukan pola penggunaan media sosial pada siswa SMPN 3 Batusangkar, dengan menyebarkan kuesioner dan hasil datanya dianalisis secara deskriptif.

1.6.2 Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018: 215). Pendapat lain terkait pengertian populasi, yaitu merupakan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh sebab itu, populasi merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek tersebut bisa menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2005: 109). Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh siswa SMPN 3 Batusangkar yang berjumlah sebanyak 369 orang.

1.6.3 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel Penelitian

Dalam sebuah penelitian tidak semua populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Oleh sebab itu perlu diambil sampel yang mewakili populasi dari penelitian tersebut. Sampel merupakan sebagian dari populasi penelitian. Penelitian berangkat dari sebuah populasi tertentu, akan tetapi karena keterbatasan tenaga, dana, waktu, dan pikiran maka peneliti menggunakan sampel sebagai

objek yang dipelajari atau menggunakan sampel sebagai sumber data (Sugiyono, 2018: 215-216).

Penarikan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan menggunakan taraf signifikansi 10%. Berikut adalah cara untuk menentukan besaran sampel penelitian dengan menggunakan rumus Slovin dengan taraf signifikansi 10%.

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

Keterangan : n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Error Margin

Sehingga, apabila jumlah populasi dimasukkan ke dalam rumus di atas akan menghasilkan sampel sebesar :

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

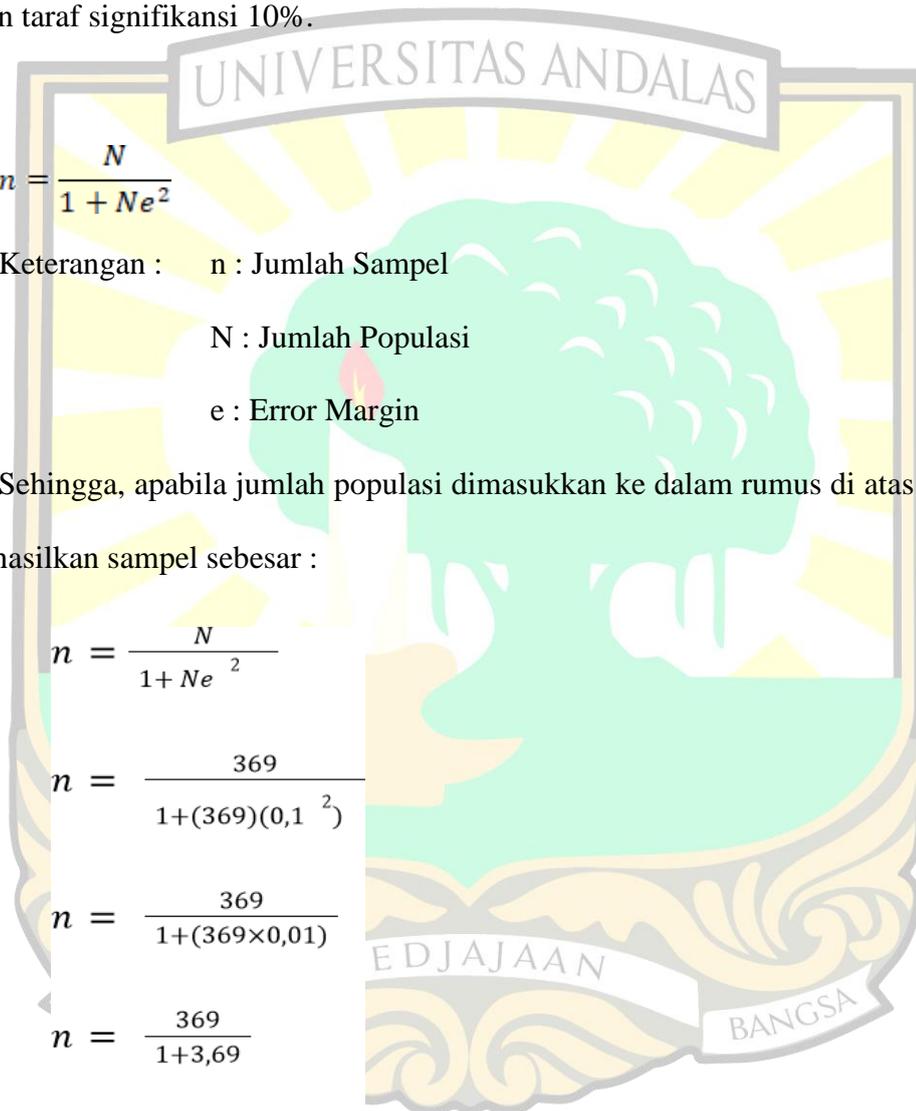
$$n = \frac{369}{1 + (369)(0,1^2)}$$

$$n = \frac{369}{1 + (369 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{369}{1 + 3,69}$$

$$n = \frac{369}{4,69}$$

$$n = 78,67 = 79$$



Untuk menentukan besaran sampel pada tiap tingkatan kelas, penulis menggunakan teknik *Proportionate stratified random sampling*. Teknik pengambilan sampel ini digunakan untuk populasi yang mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional (Sugiyono, 2018: 82). Untuk itu pengambilan sampelnya pada setiap lapisan tidaklah sama. Alasan menggunakan teknik ini adalah, populasi pada penelitian ini bersifat heterogen dan berstrata atau bertingkat. Karena sesuai dengan populasi penelitian yang merupakan siswa SMPN 3 Batusangkar yang terdiri atas tiga strata atau tingkatan yaitu kelas VII, VIII, dan IX yang setiap tingkat jumlahnya tidak sama. Sehingga perlu diambil perwakilan dari setiap populasi untuk dijadikan sampel penelitian. Oleh sebab itu, teknik ini penulis anggap cocok dijadikan sebagai teknik untuk menentukan sampel dalam penelitian ini. Untuk menentukan banyaknya sampel pada tiap tingkatan kelas, penulis menggunakan rumus sebagai berikut :

Populasi Setiap Strata :

$$\frac{\text{Populasi Setiap Strata} \times \text{Sampel Secara Keseluruhan}}{\text{Jumlah Populasi (N)}}$$

1. Sampel siswa kelas VII :

$$\frac{126}{369} \times 79 = 26,97 = 27$$

5. Sampel siswa kelas VIII :

$$\frac{112}{369} \times 79 = 23,97 = 24$$

6. Sampel siswa kelas IX :

$$\frac{131}{369} \times 79 = 28,04 = 28$$

1.6.4 Responden Penelitian

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata responden memiliki arti penjawab atau orang yang menjawab pertanyaan yang diajukan untuk kepentingan penelitian. Responden penelitian merupakan orang yang dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian karena merekalah yang menjawab kuesioner yang diberikan oleh peneliti. Sehingga responden penelitian dapat didefinisikan sebagai orang yang dijadikan atau diminta oleh peneliti untuk mengisi kuesioner yang diberikan agar memperoleh data untuk kepentingan penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 79 orang siswa SMPN 3 Batusangkar yang terdiri dari tiga tingkatan kelas.

1.6.5 Data yang Diambil

Apabila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data bisa menggunakan sumber primer dan sumber sekunder (Sugiyono, 2018: 137). Pada penelitian ini penulis mengumpulkan data dari sumber primer dan sumber sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh langsung di lapangan dari sumber data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada 79 siswa yang menjadi responden penelitian. Data primer dalam penelitian ini kemudian diolah dengan SPSS dan disajikan ke dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan tabel silang/*crosstabs*.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui orang lain atau melalui dokumen, literatur, laporan atau studi kepustakaan yang berkaitan dengan

masalah penelitian yang diteliti. Artinya data sekunder tidak langsung sampai kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang penulis peroleh dari, data yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai Laporan Survei Profil Internet Indonesia 2022, data yang dirilis oleh *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*, data yang dipublikasikan oleh Databoks Indonesia dan dari Data Indonesia.id serta dari buku, jurnal/artikel ilmiah dan skripsi yang terkait dengan fenomena yang penulis teliti.

1.6.6 Teknik dan Proses Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden penelitian. Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018: 142). Daftar Pertanyaan atau kuesioner penelitian disusun secara sistematis, kemudian diberikan kepada responden untuk diisi. Setelah diisi baru diberikan kembali kepada peneliti (Bungin, 2005: 133). Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner berisi mengenai pola penggunaan media sosial yang dilakukan oleh siswa SMPN 3 Batusangkar.

Untuk menyebarkan kuesioner dalam penelitian ini, penulis langsung datang ke SMPN 3 Batusangkar untuk langsung bertemu dengan responden. Penulis melakukan penyebaran kuesioner ke SMPN 3 Batusangkar pada tanggal 8 Februari 2023. Penulis datang pada pukul 08.00 WIB untuk menyerahkan surat izin penelitian kepada Tata Usaha SMPN 3 Batusangkar. Setelah diproses selama kurang lebih satu jam, penulis diberi fasilitas untuk menemui responden penelitian

dengan langsung masuk ke kelas masing-masing responden dari tiap tingkatan kelas sesuai arahan salah seorang guru. Kuesioner penulis bagikan kepada setiap kelas sesuai dengan jumlah responden untuk setiap tingkatan kelasnya sebagai berikut:

Tabel 1.3
Jumlah Responden

Kelas	Jumlah Responden
VII	27
VIII	24
IX	28
Total	79

Sumber: Data Primer (2023)

Kelas pertama yang penulis masuki adalah kelas VII, kemudian kelas VIII, dan terakhir kelas IX. Kuesioner penulis bagikan kepada masing-masing responden. Setelah dibagikan, penulis menjelaskan petunjuk pengisian kuesioner kepada responden. Kemudian setelah penjelasan petunjuk pengisian kuesioner, penulis memberikan kesempatan kepada para responden untuk menanyakan hal yang tidak mereka pahami terkait petunjuk pengisian. Setelah responden paham barulah mereka mengisi kuesioner yang telah dibagikan dan jika ada pertanyaan atau jawaban dari pertanyaan yang tidak mereka pahami mereka akan langsung tanyakan pada penulis dengan menyebut nomor pertanyaannya.

Selama proses penyebaran dan pengisian kuesioner oleh responden, penulis tidak mendapati kesulitan karena sikap responden yang sangat kooperatif. Setelah responden selesai mengisi kuesioner penelitian dan mengumpulkannya ke depan, penulis juga memeriksa masing-masing kelengkapan jawaban responden mulai dari identitas hingga jawaban masing-masing pertanyaan agar benar-benar terisi. Barulah sesudah jawaban pada kuesioner lengkap penulis pamit dan mengucapkan terimakasih atas bantuan dan kesempatan yang telah diberikan responden. Semua

kuesioner yang telah diisi oleh responden inilah nanti yang penulis analisis menggunakan uji statistik deskriptif dan disajikan ke dalam tabel frekuensi dan tabel silang/*crosstabs*.

1.6.7 Unit Analisis

Unit analisis merupakan segala hal yang diteliti yang memberikan keterangan atau informasi terkait masalah yang diteliti. Unit analisis ini dapat berupa individu atau kelompok sosial lainnya. Seperti keluarga, organisasi-organisasi dan sebagainya. Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisisnya adalah individu, yaitu individu yang merupakan siswa SMPN 3 Batusangkar yang aktif menggunakan media sosial.

1.6.8 Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden penelitian atau sumber data lain terkumpul. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan uji statistik. Salah satu fungsi uji statistik adalah untuk menyederhanakan informasi dari data penelitian yang besar menjadi informasi yang lebih sederhana dan lebih mudah untuk dipahami dan dimengerti (Singarimbun, 1989: 263).

Jenis uji statistik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif menggambarkan tentang penjelasan atau deskripsi terhadap data-data penelitian (Priyatno, 2012: 19). Analisis data dengan menggunakan statistik deskriptif bertujuan hanya untuk menggambarkan keadaan atau gejala sosial yang diteliti dengan apa adanya, tanpa melihat hubungan-hubungan yang ada (Bungin, 2005: 181). Statistik deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah dengan cara

mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul sesuai dengan keadaan sebenarnya, tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sehingga dalam statistik deskriptif ini tidak ada uji signifikansi, tidak ada taraf kesalahan, karena peneliti tidak bermaksud menggeneralisasi (Sugiyono, 2018: 147).

Dalam penelitian ini, penulis mendeskripsikan hasil uji statistik dari tabel frekuensi dan tabel silang yang telah diolah terlebih dahulu menggunakan SPSS. Untuk mempermudah proses analisis data, penulis melakukan proses analisis data dengan melakukan beberapa tahapan yang dijelaskan oleh (Bungin, 2005: 175).

Tahapan-tahapan tersebut adalah :

1. Tahapan *Editing*, merupakan kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun atau mengumpulkan data di lapangan. Teknik *editing* dilakukan dengan cara memberi identitas pada instrumen penelitian yang telah terjawab. Kemudian memeriksa satu per satu lembaran instrumen pengumpulan data, dan juga memeriksa poin-poin serta jawaban yang tersedia. Apabila terjadi kesalahan atau kejanggalan pada instrumen tersebut, penulis memberi tanda tertentu pada instrumen tersebut.
2. Tahapan Pengkodean, merupakan kegiatan mengklasifikasikan data-data tersebut melalui tahapan koding. Sehingga data yang telah melalui tahapan *editing* diberi identitas dan memiliki arti tertentu ketika dianalisis.
3. Tahapan Tabulasi, merupakan tahapan memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.

1.6.9 Definisi Operasional

1. **Pola Penggunaan media sosial** merupakan suatu kebiasaan dalam menggunakan dan memakai media *online* melalui berbagai aplikasi yang terhubung dengan internet dimana para penggunanya bisa berinteraksi secara sosial dengan mudah untuk saling berbagi, berpartisipasi, dan membuat berbagai konten maupun forum/grup.
2. **Remaja** merupakan penduduk dengan rentang usia 10-19 tahun yang sedang berada pada masa peralihan/transisi untuk mencari jati diri.
3. **Siswa** merupakan panggilan untuk seseorang yang sedang mengikuti pendidikan atau pembelajaran di suatu sekolah. Dalam penelitian ini siswa yang dimaksud adalah siswa SMPN 3 Batusangkar.

1.6.10 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di SMPN 3 Batusangkar. Sekolah ini terletak di Nagari Limo Kaum, Kecamatan Lima Kaum, Kabupaten Tanah Datar. Alasan memilih sekolah tersebut sebagai lokasi penelitian adalah atas dasar beberapa pertimbangan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengamatan awal penulis, siswa SMPN 3 Batusangkar hampir semuanya sudah menggunakan *smartphone* pribadi untuk mengakses media sosial dan memiliki akun media sosial pribadi.
2. Penulis juga bertempat tinggal di Nagari Limo Kaum dan SMPN 3 Batusangkar merupakan SMP yang lokasinya tidak jauh dari tempat tinggal penulis, beberapa anak tetangga serta kenalan penulis juga bersekolah disana, sehingga sedikit banyaknya penulis juga mengetahui bagaimana pergaulan/kehidupan remaja disana baik dari pemaparan orang tua atau lingkungan sekitar, terutama dari beberapa unggahan media sosial siswa

tersebut yang penulis *follow*. Hal ini juga tentunya akan memudahkan penulis untuk memperoleh data atau informasi terkait penelitian yang dilakukan.

1.6.11 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan kurang lebih selama 5 bulan, yaitu dari bulan Januari 2023 sampai Mei 2023. Penyusunan instrumen penelitian dilakukan pada bulan Januari. Kemudian, dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner yang dilakukan pada bulan Februari 2023, sekaligus penulis juga melakukan analisis data, dan penyusunan laporan serta bimbingan skripsi hingga bulan April 2023. Untuk lebih jelasnya rancangan jadwal penelitian diuraikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.4
Jadwal Penelitian

NO.	Nama Kegiatan	2023				
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1.	Penyusunan Instrumen Penelitian	■				
2.	Penyebaran Kuesioner		■			
3.	Analisis Data		■	■		
4.	Penyusunan Laporan dan Bimbingan		■	■	■	
5.	Ujian skripsi					■