

**MOTIVASI MENGGUNAKAN FITUR FACEBOOK *GROUP* PADA  
ALUMNI SMA NEGERI 1 BAWANG**

*The Motivation to use features on alumni facebook group SMA 1 Bawang*

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta



**Disusun Oleh:**

**Ria Damayanti**

**20050530203**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

## HALAMAN PENGESAHAN

### SKRIPSI

Telah dipertahankan dan disahkan di depan tim penguji Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 11 Maret 2010

Tempat : Ruang Hibah

Dengan Nilai :

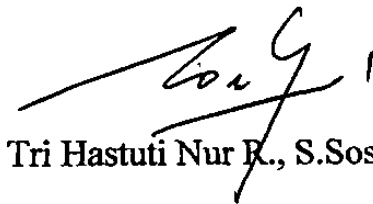
#### SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua,



Suciati, S.Sos., M.Si.

Penguji I



Tri Hastuti Nur R., S.Sos., M.Si.

Penguji II




Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu  
persyaratan guna memperoleh gelar Strata I (S-1)

Tanggal: 11 Maret 2010



  
Suciati, S.Sos., M.Si.

vv(sinnucl)  
iiaw 3502P  
vv If you don't know who I am.. don't

vv(slots)vv  
again...  
vv Give me some sunshine.. Give me some rain..  
Give me another chance... I wanna grow up once

(Mark Twin)vv  
tak seorang pun sedang menonton..  
bagikan tak pernah disakiti, Menentailah bagaikan  
vv Berjalah seperti tak butuh uang, Menentailah

(Isman Gumanti)vv  
dekat adalah perjalanan menuju mati..  
menjau rasa sedangkan perjalanan yang paling  
vv Perjalanan yang paling jauh adalah perjalanan

vv 70vv

## *^BJG 75ANKS*

- ♥ *Allah SWT yang telah memberikan banyak kenikmatan dan keindahan tersembunyi yang selalu akan saya cari.. dimanapun, kapanpun dan dengan cara apapun.. Aku sayang Tuhanku ^Kissandhugs^ ☺*
- ♥ *Mama & Papa ku yang selalu ada dalam setiap langkahku,, terimakasih karena telah menjadi orang tua paling hebat di dunia. Terimakasih atas pengertian dan penantian yang begitu panjang. I always luv you... ^Kissandhugs^ ☺*
- ♥ *My lil sister.. Rina Novianti & Vekti Wina.... Walaupun kalian kadang nakal and nyebelin tapi aku sayang kalian selalu.... Tanpa kalian keluarga kita tidak akan sehebat dan serame sekarang.. Belajar yang pintar ya.. ^Kissandhugs^ ☺*
- ♥ *My big monster.. \*KC\* Sayang dirimu selalu... Terimakasih untuk setiap hari yang kau berikan dan support yg begitu besar,, Meooooo,, aku menunggumu shimlaa.. ^Kissandhugs^ ☺*
- ♥ *Seluruh keluarga besar Mawiredja dan Sastrodihardjo.. maturnuwun sanget... Semoga selalu sehat dan senantiasa dalam lindungan Nya.. ^Kissandhugs^ ☺*
- ♥ *My beloved friends.. Putri (Tegal), Chetan, Pipit, Puput (Gendud)... Kenangan bersama kalian tak kan pernah terlupakan sampai kapanpun... Saat-saat terindah kita bersama sedih, seneng, kecewa, nangis dan semuanya campur aduk jadi satu tapi kita tetap satu.... Dont forget me bibeh.. Wish you all the betterness in life! ^Kissandhugs^ ☺*
- ♥ *B5 bagai kedondong Agita Konstantine... terimakasih untuk selalu mendengar keluh dan kesahku. Dan rahasia-rahasia kecil kita. hihhi. You are the best deh.. Bersamamu bertambah indah hari-hariku. Kita taklukkan dunia bersama ya rummm... Kedondong Rizki, Wendy, Inuk,*

Bule, Ncis aku sayang kalian banget..banget... Selalu menjaga tradisi untuk bertemu ya... Ourtrip.com mwachhh ^ Kissandhugs^ ☺

- ♥ Kos q.. Wahyu, Mba Fa, Mba Linda kangenennnnnn... kapan kita bisa ketemu lagi?? Aku merindukan kalian selalu.... Baek-back disana ya... Mba Yuni aku sayang padamu deh tak doakan cepet dapat momongan ya, amien.. Mba Ratih walaupun kita baru kenal tapi makasih dah jadi teman sebelah kamarku.. aku jadi g kesepian lagi. Hihhi.. Bapak Ibu Kos makasih 5 tahun ini,, rumah kalian serasa rumahku sendiri.. hihhi.. ^ Kissandhugs^ ☺
- ♥ The Semarang family's (papa damai, mama damai, de amai) and (papa nabil, mama nabil, de abing) tengkyu dah jadi temen sekaligus keluarga di jogja... Aku jadi punya dua ponakan yang lucu-lucu dan menggemaskan... Kapan ya bisa masak-masakan dan jalan-jalan bareng lagi?? Sehhehe... ^ Kissandhugs^ ☺
- ♥ Mbul willy sing super cerewet haha.. Walaupun kita selalu berantem kalau pas bertiga (aku, kamu, tegal) tapi makasih buat hati-harinya bersama kalian ya. Miss U^^ tak kan terlupakan sampai kapanpun. See.. Buat kk rere makasih apartemnya kita jadi sering nginep... walaupun baru kenal tapi aku jg sayang padamu ko.. hahaha.. ^ Kissandhugs^ ☺
- ♥ Temen-temen perjuangan ku anggun, ucie, mami, didi, widi, santi, afi, henny, jhe, rias, findi, bayu, danang, nani dan semuanya IK Komunikasi 2005 terimakasihhhhh... Kelas D semuanya teman pertama di bangku kuliah.. Emuechhhhh.. ^ Kissandhugs^ ☺
- ♥ Temen2 SMA+Ex school yang selalu aku rindu dan aku sayang sampai kapanpun.. Especially anak2 pak Muhtar.. hahaha.. Loyallity within friendship is love within care ^ Kissandhugs^ ☺
- ♥ Jogjakarta kota yang memberiku sejuta kenangan... Tak kan pernah kulupakan sepanjang perjalanan hidupku.. ^ Kissandhugs^ ☺

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis persembahkan pada Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga kegiatan penelitian dan penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan semaksimal mungkin.

Skripsi ini disusun oleh penulis guna memenuhi persyaratan kelulusan mendapatkan gelar Sarjana (S1) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Oleh sebab itu, sudah selayaknya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah bersedia berbagi pengetahuan dan pengalaman selama kegiatan ini berlangsung. Ucapan-ucapan tersebut layak ditujukan pada pihak-pihak yang terhormat :

1. Bapak Ir. H. M. Dasron Hamid, M.Sc., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Achmad Nurmandi, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Isipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Suciati, S.Sos. M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan masukan-masukan dan mempermudah pembuatan skripsi.
4. Ibu Tri Hastuti Nur., S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji 1 yang telah

5. Bapak Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji II yang telah membantu dengan berbagai kemudahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Pak Jono, Mba Siti, dan Bapak-bapak staff TU yang telah membantu memberikan berbagai informasi penting demi kelancaran proses penyelesaian

## **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi Publik Relations

Ria Damayanti

Motivasi Menggunakan Fitur Facebook *Group* pada Alumni SMA Negeri 1 Bawang

Tahun Skripsi: 2010 + 86 hal. Isi + 16 hal. Lampiran + 3 hal. Daftar pustaka + 3 hal.

Daftar isi + 2 hal. Daftar tabel + 1 hal. Daftar gambar.

Daftar pustaka: 16 buku + 7 sumber online + 1 dokumen sekolah

### **ABSTRAK**

Facebook merupakan salah satu situs pertemanan yang menjadi luar biasa populer di Indonesia saat ini. Bahkan popularitasnya mampu mengalahkan sejarah popularitas situs pertemanan Friendster yang lebih dahulu ada. Facebook memberikan banyak manfaat bagi para penggunanya terutama facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang yang menjadi subyek penelitian. Penggunaan facebook *group* alumni oleh alumni SMA Negeri 1 Bawang masuk dalam kategori tinggi, sehingga perlu dicari motivasi alumni SMA Negeri 1 Bawang dalam menggunakan *group* facebook alumni tersebut.

Kerangka teori dalam penelitian ini melihat bahwa pendekatan *uses and gratifications* digunakan untuk mengetahui motif alumni dalam menggunakan fitur facebook *group*. Digunakan enam belas motif yang dikemukakan oleh McGuire dalam penelitian ini, yang masing-masing dibagi kedalam dua motif utama yaitu motif kognitif yang berhubungan dengan kebutuhan manusia akan informasi yaitu konsistensi, atribusi, kategorisasi, objektifikasi, otonomi, stimulasi, teleologis, utilitarian sedangkan motif kedua yaitu motif afektif yang menekankan pada aspek perasaan, diantaranya adalah reduksitas, ekspresif, ego defensif, peneguhan, penonjolan, afiliasi, identifikasi dan yang terakhir adalah peniruan.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini dikategorikan dalam jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sampel diambil dengan menggunakan *cluster sampling*. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 responden dihitung dengan menggunakan *mean*, *median* dan *modus*. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah ada motivasi yang tinggi ketika para alumni menggunakan fitur facebook



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

*Fakulty Ilmu Sosial dan Politik*

*Communication Departement, Public Relations Concertation*

*Ria Damayanti*

*The Motivation to Use Features on Alumni Facebook Group SMA 1 Bawang*

*Year of thesis: 2010 + 86 pages of content + 16 pages of annexion + 3 pages of bibliography + 3 pages of content list + 2 pages of table list + 1 pages of tabel future*

*Biliography: 16 books + 7 online resources + 1 school document*

**ABSTRACT**

*Facebook is one of the sites of friends who become incredibly popular in Indonesia today. Its popularity even able to defeat the history of the popularity of the site to be the first myspace friends there. Facebook provides many benefits to its users especially the facebook group of alumni SMA Negeri 1 Bawang who is the subject of research. The use facebook group of alumni SMA 1 Bawang into the high category, so we have to find motivation alumni SMA Negeri 1 Bawang in using these alumni facebook group.*

*Theoretical framework in this research to see that the uses and gratifications approach is used to determine a motive in using the features facebook group alumni. Used 16 motifs as suggested by McGuire in this study, each divided into two main motives are motives related cognitive human need for information that is consistency, attribution, categorization, objectification, autonomy, stimulation, teleological, and utilitarian, while the second motif are motifs that emphasize the affective aspects of such feelings is reduktion, expressive, ego defensive, affirmation, assertion, affiliation, identification, and the last is imitation.*

*The method used in this study are categorized into quantitative descriptive research. They were taken using cluster sampling. The number of samples in this study were 60 respondents is calculated using the mean, median and mode. The conclusion of this research is that there are highly motivated when the alumni uses*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>D. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>E. Kerangka Teori.....</b>	<b>8</b>
<b>1. Motivasi.....</b>	<b>8</b>
<b>2. Uses and Gratifications .....</b>	<b>10</b>
<b>F. Matriks Penelitian .....</b>	<b>23</b>

1. Motif.....	24
H. Definisi Operasional.....	30
1. Variabel Independen Motif .....	30
I. Hipotesis.....	34
J. Metodologi .....	35
1. Jenis Penelitian.....	35
2. Lokasi Penelitian .....	36
3. Populasi dan Sampel .....	36
4. Teknik Pengumpulan Data.....	38
a. Kuesioner .....	38
5. Teknik Pengumpulan Skala.....	38
6. Teknik Analisis Data.....	38

## **BAB II DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN**

A. Profil Responden .....	41
1. Asal Sekolah.....	41
2. Usia.....	42
3. Jenis Kelamin .....	42
4. Angkatan .....	42
5. Asal Daerah .....	43
B. Profil SMA Negeri 1 Bawang .....	43

2. Visi, Misi dan Tujuan.....	45
3. Gedung dan Fasilitas Sekolah .....	46
4. Prestasi Sekolah.....	48
5. Peran Alumni.....	48
C. Facebook <i>Group</i> .....	49

### **BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Sajian Data .....	56
1. Karakteristik Responden .....	57
2. Persebaran Jawaban Responden.....	59
a. Persebaran jawaban responden variabel X.....	59
B. Pembahasan .....	75

### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	85
B. Saran .....	86
1. Kepada alumni sekolah .....	86
2. Kepada sekolah .....	86
3. Kepada peneliti selanjutnya .....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Tipologi Gratifikasi Media ala McQuail .....	11
Tabel 1.2. Matriks Paradigma Motivasi Manusia .....	12
Tabel 1.3. Matriks Penelitian .....	44
Tabel 2.1. Fasilitas SMA Negeri 1 Bawang .....	47
Tabel 3.1. Jumlah sampel dan tingkat pengambilan sampel.....	56
Tabel 3.2. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif konsistensi dalam memilih <i>group</i> facebook .....	59
Tabel 3.3. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif atribusi yaitu alasan memilih facebook <i>group</i> .....	60
Tabel 3.4. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif kategorisasi yaitu kepuasan yang diperoleh alumni.....	61
Tabel 3.5. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif objektifikasi yaitu fitur facebook <i>group</i> yang dianggap menarik .....	62
Tabel 3.6. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif otonomi yaitu membantu menjalin silaturahmi diantara alumni.....	63
Tabel 3.7. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif stimulasi yaitu facebook <i>group</i> yang memberikan banyak manfaat .....	64
Tabel 3.8. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif teleologis yaitu facebook <i>group</i> memenuhi kebutuhan informasi alumni .....	65

Tabel 3.9. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif utilitarian yaitu	
facebook <i>group</i> membantu alumni belajar.....	66
Tabel 3.10. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif reduksitas yaitu	
facebook <i>group</i> memuaskan alumni .....	67
Tabel 3.11. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif ekspresif yaitu	
mengungkapkan perasaan alumni .....	68
Tabel 3.12. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif ego defensif yaitu	
berhubungan dengan sosial diantara para alumni .....	69
Tabel 3.13. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif peneguhan yaitu	
manfaat yang diberikan facebook <i>group</i> kepada alumni .....	70
Tabel 3.14. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif penonjolan yaitu	
penghargaan yang diberikan facebook <i>group</i> kepada alumni.....	71
Tabel 3.15. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif afiliasi yaitu	
mencari perhatian dari alumni lain.....	72
Tabel 3.16. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif identifikasi yaitu	
keberadaan alumni lebih dikenal alumni lain.....	73
Tabel 3.17. Tanggapan Responden berkaitan dengan motif peniruan yaitu	
.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Facebook <i>Group</i> .....	3
Gambar 2.1. Facebook <i>Group</i> Alumni SMA Negeri 1 Bawang .....	52
Gambar 2.2. Langkah Membuat <i>Group</i> .....	54
Gambar 2.3. Langkah Memasukan Foto .....	54
Gambar 2.4. Langkah Mengundang Teman .....	55

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Facebook merupakan situs pertemanan yang menjadi luar biasa populer di Indonesia saat ini. Bahkan popularitasnya mampu mengalahkan sejarah popularitas situs pertemanan friendster yang lebih dahulu ada. Facebook dapat mempertemukan kita dengan orang-orang lama atau teman lama yang bertahun-tahun tidak terdengar kabar beritanya, tidak heran dalam waktu yang singkat jumlah pemilik akun facebook di Indonesia saat ini telah menembus angka 5 juta pengguna. Dominasi facebook pun diperkirakan akan masih bertahan dalam waktu yang lama (Suara Merdeka, Minggu, 21 Juni 2009).

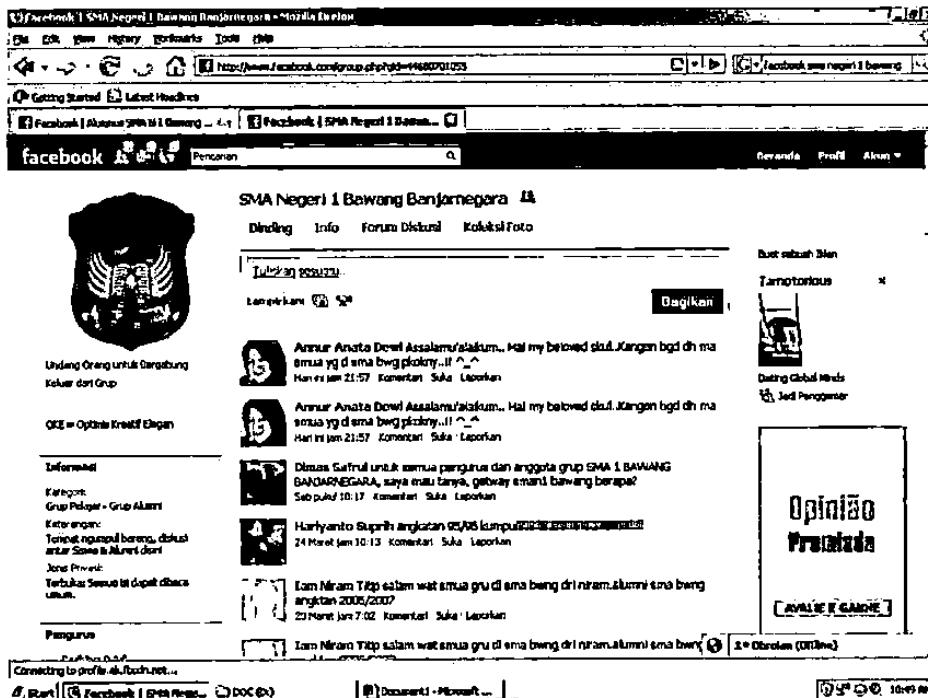
Demam facebook tidak dipungkiri telah menyerang seluruh pengguna internet di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Tingginya jumlah pengakses situs buku muka itu membuat para peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang situs jejaring sosial milik Mark Zuckerberg tersebut. Peneliti dari Queensland University of Technology, Professor Rebekah Russell-Bennett dan Dr Larry Neale mencoba untuk meneliti tentang perbedaan motivasi pria dan wanita dalam mengakses facebook, khususnya aplikasi yang ditawarkan dalam situs tersebut. Kedua peneliti itu, meneliti sejumlah aplikasi yang sering dimainkan oleh para facebooker seperti, (S... 1.2. (M... dan (S... selain itu peneliti juga mengamati status



status yang ditulis oleh para anggota (dilansir oleh Times of India, Selasa 23/6/2009). Menurut Russell-Bennet, ada perbedaan motivasi antara pria dan wanita dalam mengakses facebook. Dari hasil pengamatannya, Russell melihat wanita lebih sering mengekspresikan dirinya dalam facebook, sedangkan pria lebih banyak berkaitan dengan semangat kompetisi. Pria menggunakan facebook lebih banyak untuk menunjukkan siapa yang terbaik. Hasil penelitian juga menunjukkan, aplikasi yang sering digunakan oleh jutaan pengguna facebook adalah aplikasi yang mudah dan murah (<http://techno.okezone.com/index.php/ReadStory/2009/06/22/55/231855/beda-pria-dan-wanita-mengakses-facebook/beda-pria-dan-wanita-mengakses-facebook>).

Dengan begitu facebook telah membuka dirinya untuk bisa diakses oleh hampir setiap orang di negeri ini melalui layanan tersebut. Bukan hanya anak muda saja, pengguna dewasa dan orang tua juga aktif terlibat di sana. Tidak hanya dalam hal segmen usia penggunanya, tetapi juga perangkat untuk mengaksesnya. Dengan dukungan industri, facebook tidak hanya bisa diakses melalui komputer atau laptop saja, melainkan juga dari telepon seluler atau ponsel. Bahkan tanpa adanya dukungan koneksi internet, kita tetap dapat menggunakan ponsel untuk bermain facebook. Hal ini bisa terjadi karena dukungan facebook atas layanan pesan singkat (SMS)

Gambar. 1.1 Facebook *Group* Alumni



Ponsel ataupun komputer merupakan salah satu media komunikasi yang dapat memberikan informasi maupun hiburan dalam memenuhi kebutuhan penggunanya yang beraneka ragam, salah satunya adalah menyajikan facebook *group* alumni. Jika seseorang memiliki suatu kebutuhan, otomatis muncul suatu motif yang mendorong dia untuk melakukan sesuatu demi memenuhi kebutuhan tersebut. Sciffman dan Kanuk (1991:68) memiliki pendapat mengenai pengertian motif “ *The driving force within individuals that impels them to action*”. Yang berarti bahwa motif sebagai suatu kekuatan penggerak dalam diri seseorang yang memaksanya untuk bertindak. Sesuai pendapat tersebut maka menggunakan fitur facebook *group* alumni merupakan

Sebagai contoh ketika seseorang menonton televisi, dia akan menyeleksi tiap acara dengan mengganti beberapa saluran sampai dia tertarik untuk menonton acara tertentu. Pada saat itulah motif mulai terbentuk pada diri orang tersebut. Sama halnya dengan ketika para alumni menggunakan fitur facebook *group* menunjukkan bahwa para alumni memiliki minat yang besar pada facebook *group* alumni, hal itu berarti terdapat motif yang kuat untuk menggunakannya. Apabila motif merupakan faktor yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan fitur facebook *group*, maka motif pula yang mempengaruhi pengguna yaitu para alumni dalam memilih perangkat mana untuk mengakses facebook yang lebih mereka suka, yaitu mengakses facebook *group* menggunakan komputer ataupun komputer jinjing maupun mengakses facebook *group* alumni dengan ponsel.

Tampilan facebook *group* alumni sama saja dengan tampilan facebook pada umumnya, namun yang membedakan adalah bahwa fitur yang terdapat dalam facebook *group* alumni khususnya *group* alumni SMU Negeri 1 Bawang lebih sedikit dibandingkan dengan facebook umumnya. Fitur yang terdapat dalam facebook *group* ini, misalnya *wall*, info, forum diskusi, koleksi foto, acara, tautan, dan masih banyak yang lain. Namun hal tersebut tidak membuat fungsi ataupun kegunaan facebook *group* alumni tersebut berkurang atau hilang, yaitu untuk menjalin silaturahmi diantara para alumni dan membagi informasi seputar alumni dan sekolah kepada para alumni yang tergabung dalam facebook *group* alumni. Ini juga yang membuat para alumni SMA Negeri 1 Bawang memanfaatkan situs pertemanan tersebut, yaitu

Banyak sekali komentar melalui *wall* maupun pesan yang disampaikan oleh para alumni kepada *group* alumni SMA negeri 1 Bawang. Beberapa diantaranya adalah kiriman *wall* dari Ingkz Nac Wanadadi “Kngen ma sma bwang...angkatan 2005 pie kbre? Gmana persiapan reuni na..,” dikirim pada 05 April 2010 jam 18:14 ada juga kiriman dari Iam Niram “Titip salam wat smua gru di sma bwng dri niram alumni sma bwng angktan 2006/2007” dikirim pada 20 Maret 2010 jam 7:02 dan Andika Mana Lagi “bagi adik2 kelas yg ingin kuliah di uad jogjakarta bisa menghubungi sya lwt fb atwpun email saya di andika\_manalagi@yahoo.co.id, kebetulan sya jdi panitia pmb di uad thx” dikirim pada 04 April 2010 jam 17:48 dan masih banyak yang lain (<http://www.facebook.com>).

Banyak dari mereka yang hanya sekedar mengucapkan *hello* atau hanya untuk menulis kangen, hal tersebut membuktikan bahwa dengan adanya facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang dapat membantu para alumni dalam menjalin kembali silaturahmi diantara para alumni dan mengungkapkan perasaan mereka melalui facebook *group* alumni ini. Dengan adanya *group* facebook alumni ini para alumni juga bisa mendiskusikan topik ataupun permasalahan seputar acara, kegiatan ataupun mengingat kembali pengajar yang ada di SMA Negeri 1 Bawang, seperti contoh topik diskusi berikut yang dikirim oleh Putut Giri Saputro mendiskusikan “Siapakah guru sma bawang yg plng berkesan menurut km? di forum diskusi SMA Negeri 1 Bawang Banjarnegara” dibuat pada 11 April 2009 pukul 10:43, dikirim pada 03 April 2010 jam 10:24. Kemudian ada juga kiriman dari Dendra Gunawan “Ang

yang bisa kita lakukan untuk SMA” Dikirim pada 01 Januari 2010 jam 14:56 (<http://www.facebook.com>).

Walaupun sebenarnya banyak sekali *group-group* yang ditawarkan misalnya *group* alumni lewat *yahoo group*, namun *group* alumni menggunakan facebook ini lebih diminati oleh para alumni. Para alumni sadar bahwa banyak sekali manfaat yang bisa diterima oleh para alumni apabila bergabung dengan *group* alumni khususnya *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang yang menjadi subyek penelitian. Salah satu yang paling terlihat adalah dengan adanya *group* alumni tersebut mereka bisa dengan mudah bertemu ataupun menjalin kembali silaturahmi yang telah lama terputus dengan sesama alumni, disamping itu para alumni juga akan mendapatkan info-info seputar kegiatan *group* alumni tersebut. Sehingga keberadaan *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang dinilai sangat membantu bagi para alumni. Bisa dikatakan bahwa facebook merupakan trend jaman sekarang yang paling banyak digandrungi oleh para pengguna internet khususnya ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)).

Dengan mengetahui motif alumni dalam menggunakan fitur facebook *group*, maka akan diketahui hal-hal apa saja yang perlu dilakukan agar meningkatkan motif alumni dalam menggunakan fitur facebook *group*. Untuk itulah dilakukan penelitian untuk mencari tahu apa motivasi alumni SMA Negeri 1 Bawang dalam menggunakan fitur facebook *group*. Penelitian ini akan dilakukan pada alumni SMA Negeri 1

D

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka berikut ini adalah rumusan masalah yang mendasari penelitian ini: “Apakah motivasi alumni SMA Negeri 1 Bawang dalam menggunakan fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang?”

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Untuk mengetahui motivasi para alumni SMA Negeri 1 Bawang dalam menggunakan fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Manfaat akademik**

Secara akademik penelitian ini mempunyai manfaat untuk menambah wawasan tentang motivasi dibalik penggunaan fitur *group* facebook alumni, serta sebagai sarana penerapan dan pengembangan Ilmu Komunikasi Massa khususnya *uses and gratifications* yang telah diperoleh selama mengikuti pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

### **2. Manfaat praktis**

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu acuan bagi para alumni khususnya

1. SMA Negeri 1 Bawang untuk lebih mempererat tali silaturahmi dengan para

## E. KERANGKA TEORI

### 1. Pengertian Motif dan Motivasi

Menurut Sarlito Wirawan motif atau dalam bahasa inggrisnya adalah *motive*, berasal dari kata *motion* yang berarti gerakan atau sesuatu yang bergerak (2000:56-57). Dan menurut Gerungan motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan dia berbuat sesuatu (Gerungan, 1991:140). Manusia bukanlah benda mati yang bergerak hanya bila ada daya dari luar yang mendorongnya, melainkan makhluk yang mempunyai daya-daya dalam dirinya sendiri untuk bergerak dan inilah yang disebut dengan motivasi. Oleh karena itu motivasi sering disebut dengan penggerak perilaku atau *the energizer of behavior*, (Irwanto, 1991:193).

Sedangkan menurut Loundon dan Bitta (1993: 322) pengertian motif adalah: *"An inner state that mobilizes bodily energy and direct it in selective fashion toward goals usually located in the external environment"*. Dua komponen utama yaitu mekanisme untuk membangkitkan energi di dalam tubuh dan kekuatan untuk menyediakan arah atau tujuan pada energi tersebut. Komponen pertama mengaktifkan ketegangan dan kegelisahan tetapi tidak memberi arah untuk melepaskan ketegangan ini. Sedangkan komponen kedua memfokuskan energi yang dibangkitkan tersebut pada suatu tujuan di dalam lingkungan individu seperti pada saat individu lelah maka dia diarahkan oleh motif untuk istirahat.

Menurut McQuail (1987) masyarakat mengalami perubahan di bidang

1. "The M..." - ...kemakin berkembang dan makin efisien dalam melakukan

produksi dan distribusi informasi. Media massa merupakan perangsang penting terhadap penilaian dan konsumsi informasi (McQuail, 1987:75). Berbagai faktor yang mempengaruhi reaksi orang (*audiens*) terhadap media massa meliputi organisasi personal, potensi biologis, sikap, nilai, kepercayaan serta bidang-bidang pengalaman (Rakhmat, 2004:204). Katz, Gurevitch dan Haas (1973) membagi lima kategori kebutuhan khalayak dalam menggunakan media massa, yaitu:

1. Kebutuhan kognitif untuk mendapatkan informasi, pengetahuan dan pemahaman tentang lingkungan.
2. Kebutuhan afektif untuk mendapatkan pengalaman menyenangkan, estetis dan emosional atau hiburan.
3. Kebutuhan pribadi secara integrative untuk memperoleh kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individu.
4. Kebutuhan sosial secara integratif untuk mendapatkan bahan pembicaraan dengan orang lain, mendapatkan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia.
5. Kebutuhan pelepasan untuk mengisi waktu luang, menghindarkan tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman (Effendy 1993: 304)



## 2. Pendekatan *Uses and Gratifications*

Dalam perkembangannya cara pandang para peneliti terhadap khalayak mengalami perubahan yang berarti. Asumsi dasar tentang khalayak ini membawa pada pemahaman-pemahaman tertentu terhadap peristiwa komunikasi secara keseluruhan, utamanya yang berkaitan dengan efek. Salah satu pemahaman terhadap peristiwa komunikasi yang relevan dengan penelitian ini adalah pendekatan *Uses and Gratifications*. Pendekatan ini menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak (Effendy Onong, 1998: 289).

Penelitian yang menggunakan konsep *Uses and Gratifications Theory* sering memasukan unsur motif dalam kegiatan untuk memenuhi kebutuhan sedangkan menurut disiplin ilmu psikologi dikatakan bahwa motivasi digunakan untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada dan bekerja pada diri organisme atau individu yang menjadi penggerak dan pengarah tingkah laku individu tersebut (Koeswara, 1986:1). Pendekatan *uses and gratifications* menekankan pada motif, kebutuhan yang diperlukan oleh audiens terhadap media (McQuail, 1994:318). Studi-studi pun dilakukan di bawah payung pendekatan *uses and gratifications* merupakan upaya untuk menjawab motif dan kebutuhan tersebut. McQuail (1983 dalam Miller,

**Tabel 1.1**  
**Tipologi Gratifikasi Media ala McQuail**

<b>Kategori Gratifikasi</b>	<b>Contoh</b>
Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari tahu tentang peristiwa relevan dan kondisi lingkungan, masyarakat, dan dunia</li> <li>• Mendapatkan nasihat untuk permasalahan atau opini dan pengambilan keputusan</li> <li>• Memuaskan rasa ingin tahu dan ketertarikan umum</li> <li>• Pembelajaran-pembelajaran mandiri</li> <li>• Ingin memperoleh rasa aman melalui pengetahuan</li> </ul>
Identitas pribadi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari penguatan nilai pribadi</li> <li>• Mencari contoh perilaku</li> <li>• Mengidentifikasi diri terhadap nilai lain yang ada di media</li> <li>• Menambah wawasan</li> </ul>
Integrasi dan Interaksi sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperoleh wawasan dari orang lain: empati sosial</li> <li>• Mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan memperoleh <i>sense of belonging</i></li> <li>• Mencari dasar atau bahan pembicaraan dan interaksi sosial</li> <li>• Membantu melaksanakan tugas sosial</li> <li>• Memungkinkan seseorang untuk berhubungan dengan keluarga, teman, dan masyarakat</li> </ul>
Hiburan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lari atau mengalihkan perhatian dari masalah</li> <li>• Bersantai</li> <li>• Mendapatkan kesenangan estetis ataupun kultural</li> <li>• Mengisi waktu luang</li> <li>• Meluapkan emosi</li> <li>• Mendapatkan kepuasan seksual</li> </ul>

Sumber: McQuail (1983 dalam Miller, 2002)

Variasi lain diusulkan oleh William J. McGuire (1974) dalam Rakhmat (2004: 208-217) yang menyebutkan 16 motif, yang dibagi kedalam dua kelompok besar yaitu motif kognitif, menekankan pada kebutuhan manusia akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat ideasional tertentu dan motif afektif menekankan

**Tabel 1.2**  
**MATRIKS PARADIGMA MOTIVASI MANUSIA**  
**(Dalam hubungannya dengan gratifikasi media)**

Inisiatif		Aktif		Pasif	
Modus	Orientasi	Internal	Eksternal	Internal	Eksternal
Kognitif	Pemeliharaan	1.Konsistensi	2.Atribusi	3.Kategorisai	4.Objektifikasi
	Pertumbuhan	5.Otonomi	6.Stimulasi	7.Teleologis	8.Utilitarian
Afektif	Pemeliharaan	9.Reduksitas	10.Ekspresif	11.Egodefensif	12.Peneguhan
	-	13.Penonjolan	14.Afiliasi	15.Identifikasi	16.Peniruan

Sumber: McGuire (1974: 172) dalam Rakhmat (2004: 208-217)

a. Motif Kognitif menekankan pada kebutuhan manusia akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat ideasional tertentu.

1) Konsistensi

Memandang manusia sebagai makhluk yang selalu dalam suasana konflik, dia akan konsisten dengan sikapnya, bila isi media berbenturan dengan sikapnya maka dia akan mencari media yang mendukungnya. Misalkan antara “merokok itu merusak kesehatan” dan “merokok itu membantu proses berpikir”, dalam suasana konflik manusia resah dan berusaha mendamaikan konflik itu dengan sedapat mungkin mencari kompromi. Dan kompromi itu diperoleh dengan rasionalisasi “Tetapi rokok yang saya hisap sudah disaring filter”. Subjangan dengan media bahwa terlibat individu mempunyai

kebebasan untuk memilih isi media untuk memenuhi kebutuhan akan konsistensinya.

## 2) Atribusi

Proses menyimpulkan motif, maksud dan karakteristik orang lain dengan melihat pada perilakunya yang tampak. Individu melekatkan ciri-ciri tertentu pada suatu hal dan media membenarkan penstereotipan yang kita lakukan. Misalnya orang-orang *lesbian* atau *homoseks* yakin bahwa perilakunya bukanlah penyimpangan karena membaca buku dan majalah yang mendukungnya.

## 3) Kategorisasi

Memandang manusia sebagai makhluk yang selalu mengelompokkan pengalaman dan pengetahuannya dalam kategori tertentu, manusia akan puas jika pengalaman yang baru diterima sesuai dengan pra-konsepsinya demikian juga sebaliknya. Misalkan pengusaha yang sukses karena bekerja keras, ilmuwan yang berhasil karena kesungguhannya.

## 4) Objektivikasi

Teori ini menyatakan bahwa kita mengambil kesimpulan tentang diri kita dari perilaku yang tampak. Terpaan isi media dapat memberikan petunjuk kepada individu untuk menafsirkan atau mengidentifikasi kondisi perasaan yang tidak jelas, untuk mengatribusikan perasaan-perasaan negatif pada faktor-faktor

... atau ...

perilakunya yang kurang baik. Misalkan kita menyukai acara radio karena kita selalu mendengarkannya.

#### 5) Otonomi

Melihat manusia sebagai makhluk yang bebas mengaktualisasikan identitas kepribadian yang otonom, media memberikan acuan pengembangan diri kita. Misalnya seorang wanita muda menjadi ibu yang baik dengan melihat tokoh ibu ideal dalam drama televisi.

#### 6) Stimulasi

Teori ini memandang manusia sebagai makhluk yang senantiasa mencari pengalaman-pengalaman baru, yang selalu berusaha memperoleh hal-hal yang memperkaya pemikirannya. Komunikasi massa menyajikan hal-hal yang baru, aneh dan spektakuler, menjangkau pengalaman-pengalaman yang tidak terdapat pada pengalaman individu sehari-hari.

#### 7) Teleologis

Memandang manusia sebagai makhluk yang berusaha mencocokkan persepsinya tentang situasi sekarang dengan representasi internal (sikapnya) yang dikehendaki. Isi media massa memperkokoh moralitas konvensional.

Melihat manusia sebagai makhluk yang dihidupkan oleh pendorong-pendorongnya, ia

## 8) Utilitarian

Memandang individu sebagai orang yang memperlakukan setiap situasi sebagai peluang untuk memperoleh informasi yang berguna atau keterampilan baru yang diperlukan dalam menghadapi tantangan hidup, kebutuhan mungkin dapat dipenuhi oleh media massa.

b. **Motif Afektif**, menekankan pada aspek perasaan dan kebutuhan mencapai tingkat emosional tertentu. Motif Afektif terdiri dari 8 modus:

### 1) Reduktisitas

Memandang manusia sebagai sistem tegangan yang memperoleh kepuasan pada pengurangan tegangan. Seseorang memperoleh kepuasan setelah menggunakan media. Tegangan emosional akan berkurang setelah kita dapat melepaskannya, ketegangan emosional dapat berkurang setelah dipenuhi oleh media massa. Misalnya, komunikasi massa dapat menyalurkan kecenderungan deskruktif manusia melalui film-film kekerasan.

### 2) Ekspresif

Menyatakan bahwa orang akan memperoleh kepuasan apabila dapat mengungkapkan eksistensi dirinya, menampakkan keyakinan dan perasaanya. Komunikasi massa mempermudah orang berfantasi, melalui tokoh yang disajikan, sehingga secara tidak langsung mengungkapkan perasaanya. Misalnya media massa bukan saja membantu orang untuk mengembangkan sikap tertentu, tetapi juga menyajikan berbagai macam permainan untuk

### 3) Ego defensif

Beranggapan bahwa manusia senantiasa mengembangkan dan mempertahankan citra diri serta berusaha hidup sesuai dengan diri dan dunia kita. Bila terjadi peristiwa yang tidak sesuai dengan citra yang kita harapkan maka kita akan menggunakan pertahanan ego. Citra diri tersebut mungkin dapat dipenuhi oleh media massa.

### 4) Peneguhan

Memandang bahwa orang dalam situasi tertentu akan bertingkah laku dengan suatu cara yang membawanya kepada ganjaran seperti yang telah dialaminya pada waktu lalu. Misalnya, orang menggunakan media massa dapat memperoleh hiburan, informasi, pengalaman orang lain dan sebagainya, ia akan menggunakan lagi mungkin akan mendapat ganjaran serupa.

### 5) Penonjolan

Manusia mendaki pengembangan diri secara maksimal, memperoleh penghargaan dan kekuasaan. Media massa mungkin tidak secara langsung dapat memberikan penghargaan dan kekuasaan, tetapi media massa sarat dengan berbagai informasi, pengalaman orang lain, strategi dan sebagainya yang dapat dijalankannya sehingga dapat diperoleh apa yang dikehendaki.

### 6) Afiliasi

Memandang manusia sebagai makhluk yang mencari kasih sayang dan penerimaan orang lain. Manusia menggunakan media untuk mencari perhatian

oleh orang lain, ia ingin membina hubungan baik dengan orang lain. Untuk menjalin hubungan baik dengan orang lain tersebut tidak jarang karena memiliki pengetahuan yang sama yang diperoleh dari media massa. Misal di Negara maju seperti Amerika Serikat, televisi telah menjadi orang tua kedua bagi anak-anak, penghibur dikala mereka frustasi, dan kawan setia bagi mereka yang kesepian.

#### 7) Identifikasi

Melihat manusia sebagai pemain peranan yang berusaha memuaskan egonya dengan menambah peranan yang memuaskan konsep dirinya. Kepuasan diperoleh jika orang memperoleh identitas tambahan yang meningkatkan konsep dirinya.

#### 8) Peniruan

Individu dipandang secara otomatis cenderung berempati dengan perasaan orang-orang yang diamatinya dan meniru perilakunya.

Berdasarkan teori ini, masyarakat dipandang sebagai makhluk supranatural yang sangat selektif. Katz, Blumler, Gurevitch (1974) merumuskan asumsi – asumsi dasar dari teori ini:

- a. Khalayak dianggap aktif; artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- b. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan



- c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak (Rakhmat, 2004: 205) Aktif dalam hal ini berarti juga termasuk berperilaku selektif. Ini berhubungan dengan pilihan pengguna yaitu dengan membandingkan alternatif mana yang paling disukai.

Di bawah payung pendekatan *uses and gratification*, istilah *gratification sought* atau gratifikasi yang dicari atau bentuk kepuasan yang dicari kerap kali dipertukarkan dengan istilah *motive* (motif), *motivation* (motivasi) dan *needs* (kebutuhan). Selain GS, ada pula konsep *gratification obtained* (GO) yang dapat diartikan sebagai gratifikasi yang diperoleh atau bentuk kepuasan yang diperoleh. GS adalah motivasi yang diinginkan oleh individu sebelum menggunakan media tersebut dan GO adalah hasil yang diperoleh (Palmgreen, 1983:473). Jika anda percaya bahwa *sitcoms* menyediakan hiburan dan anda ingin dihibur, anda akan mencari pemuasan

yang disebut sebagai GS. Jika, di lain pihak anda percaya bahwa *sitcoms* menyediakan suatu pandangan hidup yang tidak realistis dan anda tidak suka hal seperti ini, anda akan menghindari menonton acara tersebut dan inilah yang disebut sebagai GO (Littlejohn, 2005: 286).

Menurut Philip Palmgreen konsep-konsep dalam pendekatan *uses and gratifications* erat kaitanya dengan *expectancy-value theory* yang membahas relasi antara keyakinan dan sikap. Menurutnya GS adalah fungsi dari keyakinan dan evaluasi yang dapat diformulasikan dalam rumus berikut.

$$GS_i = \sum_i^n b_i e_i$$

$GS_i$  adalah gratifikasi ke-1 yang dicari dari objek media, yaitu sebuah variabel yang bernama X (medium, program, jenis *content*, dll). Variabel  $b_i$  adalah keyakinan subjektif yang menganggap bahwa X memiliki beberapa sifat tertentu atau perilaku yang berhubungan dengan X akan mendapatkan hasil tertentu. Sedangkan  $e_i$  adalah evaluasi afektif dari sifat atau hasil tertentu (Littlejohn, 2005: 286-287)

Sebagai contoh untuk menguji hubungan antara *expectancy values* dan pemenuhan kepuasan media, Swanson Babrow dan Austin David melakukan studi tentang kebiasaan siswa menonton berita televisi. Sekitar 300 mahasiswa di University of Illinois diminta untuk mengisi kuesioner. Untuk mencari tahu apakah mereka menyaksikan berita dan bagaimana perasaan mereka tentang hal itu, para siswa diminta berapa kali dalam seminggu melihat berita lokal, seberapa besar

11 | *11* | *11* | *11* | melihat berita dalam seminggu dan apakah orang lain

berpikir mereka harus menonton berita. Kuesioner juga menguji sikap pelajar terhadap berita.

Untuk mengetahui sejauh mana berita dari berbagai media memuaskan kebutuhan, kuesioner itu bertanya apakah masing-masing jumlah gratifikasi disambut dengan menonton berita. Ini termasuk menjaga barang-barang seperti di kejadian terkini, mendapatkan hiburan, dan memberi mereka hal-hal untuk dibicarakan. Secara keseluruhan, empat belas gratifikasi mungkin dimasukkan. Peneliti menemukan bahwa *expectancy values* siswa (sikap mereka) terhadap berita tidak berhubungan dengan berapa banyak mereka mengonsumsi berita untuk memuaskan kebutuhan tertentu terhadap media (Littlejohn, 2005: 287)

Berikut ini adalah ketertarikan antara teori – teori yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya:

a) Hubungan antara pengguna yaitu alumni dengan motif

Sesuai pengertian motif menurut Loundon dan Bitta (1993:322): "*An inner state that mobilizes bodily energy and direct it in selective fashion toward goals usually located in the external environment*". Maka setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia pasti didorong oleh suatu motif. Jika dalam hal ini adalah kegiatan yang dikhususkan adalah menggunakan fitur facebook *group*, maka perlu diteliti lebih dalam mengenai motif apa saja yang

b) Hubungan antara motif dengan kebutuhan

Tiap-tiap kebutuhan menimbulkan motif yang mendasari tiap tindakan pengguna termasuk memilih menggunakan fitur facebook *group*. Ketika alumni dihadapkan pada penggunaan fitur facebook *group* maka mereka akan memilih fitur apa saja yang akan mereka gunakan dan perangkat apa yang akan mereka pilih, apakah sekedar mencari hiburan, sekedar ingin tahu atau justru ingin terlibat dalam facebook *group* tersebut dan lain-lain. Sesuai teori *Uses and Gratification*, pengguna fitur facebook *group* alumni yang dalam hal ini adalah alumni SMA Negeri 1 Bawang dianggap aktif dalam memenuhi kebutuhannya.

c) Fitur facebook *group* alumni memenuhi kebutuhan para alumni

Berdasarkan pertimbangan kebutuhan khalayak dalam hal ini penggunaan fitur facebook *group* alumni telah memenuhi syarat kebutuhan alumni yaitu:

1. Kebutuhan kognitif

Fitur facebook *group* alumni memberikan informasi dan wawasan dalam bidang sosial seperti fitur dinding, info, koleksi foto, catatan, info pekerjaan, acara, tautan, forum diskusi, informasi memberikan banyak pengetahuan kepada para alumni.

2. Kebutuhan afektif

Fitur facebook *group* alumni seperti koleksi foto, *tagging*, catatan,

sehingga menimbulkan perasaan-perasaan seperti bahagia, sedih dan lain-lain ketika harus menggunakannya.

### 3. Kebutuhan pribadi secara integratif

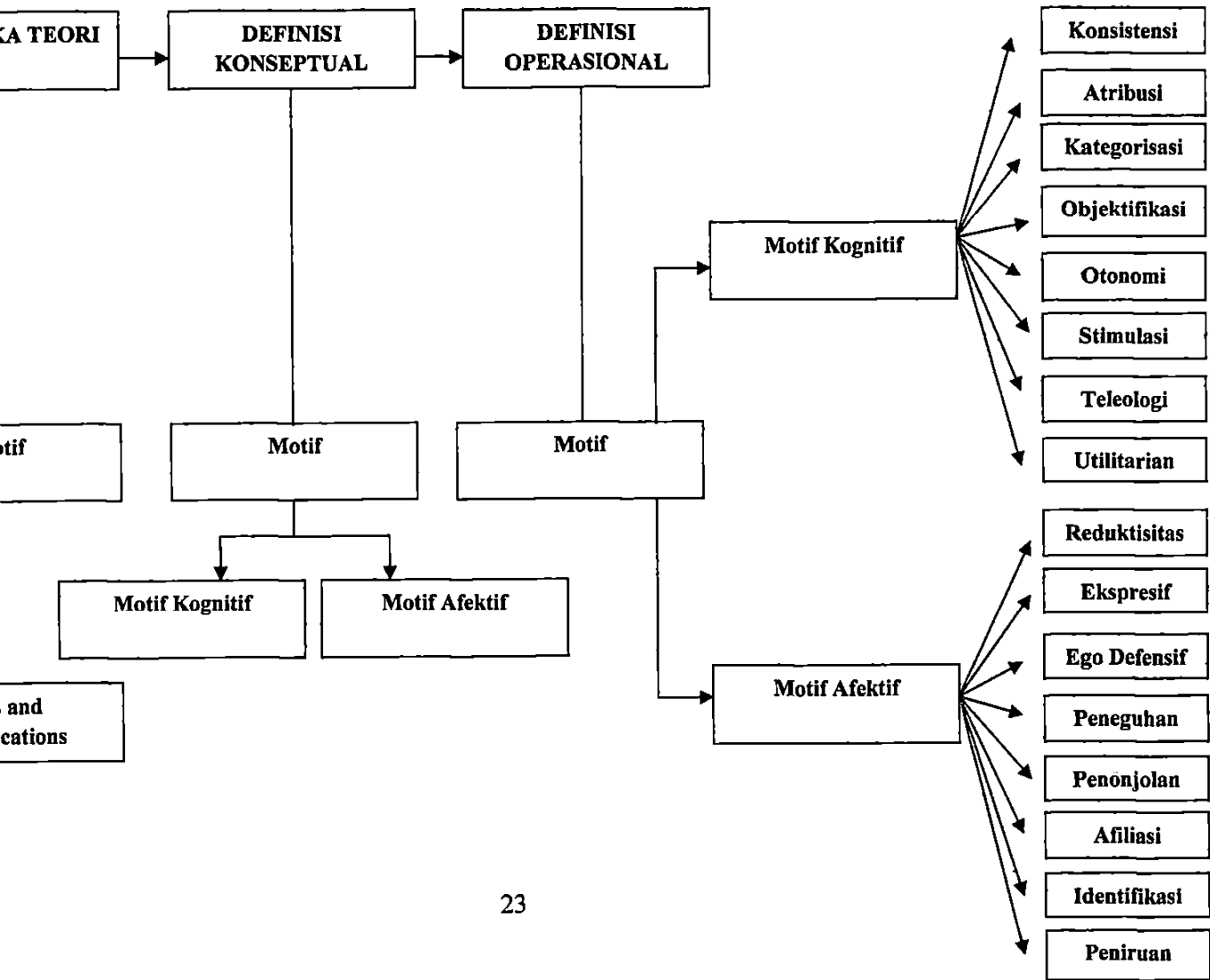
Ketika menggunakan fitur facebook *group* para alumni seperti dinding, koleksi foto, catatan, *update* status, acara, tautan, bisa memperkuat nilai-nilai yang diyakini dan status pribadi oleh media yaitu fitur facebook *group*.

### 4. Kebutuhan sosial secara integratif

Fitur facebook *group* seperti dinding, *update* status, koleksi foto, forum diskusi bisa dijadikan bahan pembicaraan dalam berinteraksi dengan para alumni.

### 5. Kebutuhan pelepasan

Menggunakan fitur facebook *group* alumni seperti dinding, *comment* *update* status, koleksi foto, dapat dilakukan untuk mengisi waktu luang dan menghilangkan kebosanan (Effendy, 1992: 204)



## G. DEFINISI KONSEPTUAL

Konsep merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak dari kejadian-kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu (Masri Singarimbun, 1988: 8). Kelompok atau individu tertentu pada penelitian ini atau masing-masing variabel dapat didefinisikan dengan konsep-konsep sebagai berikut :

### 3. Motif (Variabel Independen: X)

Definisi motif adalah suatu alasan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu hal disebabkan terdapat kebutuhan yang belum terpenuhi (Sarlito: 2000:57). Terdapat dua macam motif dalam hubungannya dengan gratifikasi media (McGuire dalam Rakhmat (2004: 208-217), yaitu:

- a. Motif Kognitif, menekankan pada kebutuhan manusia akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat ideasional tertentu. Motif terdiri dari 8 modus:

- 1) Konsistensi

Konsisten antara sikap dengan media yang dipilih. Yaitu sikap para alumni SMA Negeri 1 Bawang dalam memilih facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang jika dibandingkan dengan *group* alumni lain missal *yahoo group*.

- 2) Atribusi

Berusaha menemukan sebab-sebab yang terjadi pada sebuah peristiwa atau kejadian atau memahami sebab-sebab dari tingkah laku orang

11 | P a g e | 11 | Hal ini berusaha mencari tahu apa yang menyebabkan

alumni SMA Negeri 1 Bawang dalam menggunakan fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang.

### 3) Kategorisasi

Memperoleh kepuasan apabila sanggup memasukan pengalaman dalam kategori-kategori yang sudah dimilikinya, dan menjadi kecewa bila pengalaman itu tidak cocok dengan apa yang diharapkan. Dalam hal ini alumni yang tergabung dalam facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang berharap dengan fitur facebook *group* dapat selalu terhubung dengan sesama alumni dan menjadi sangat kecewa ketika hal tersebut tidak terlaksana.

### 4) Objektivikasi

Bahwa kita mengambil kesimpulan tentang diri kita dari perilaku yang tampak. Dalam hal ini yaitu para alumni menyukai facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang karena mendatangkan banyak manfaat kepada para alumni.

### 5) Otonomi

Manusia berkembang memiliki banyak tahap sampai dia memiliki makna hidup yang sesungguhnya. Dan dalam hal ini adalah bahwa *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang walaupun tidak secara langsung memenuhi kebutuhan para alumni SMA Negeri 1 Bawang yang tergabung dalam *group* facebook alumni namun

... SMA Negeri 1 Bawang facebook alumni ini sedikit membantu para



alumni untuk tetap menjalin silaturahmi dengan para alumni yang lain.

6) Stimulasi

Manusia senantiasa membutuhkan pengalaman-pengalaman baru yang aneh dan beraneka ragam. Dalam hal ini facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang telah berhasil membuat para alumni merasa terhibur dan banyak manfaat.

7) Teleologis

Bahwa manusia percaya apa yang dia lakukan akan mendapatkan ganjaran baik maupun buruk. Dalam hal ini bahwa alumni yang tergabung dalam *group* facebook alumni SMA 1 Bawang percaya bahwa dengan adanya *group* facebook alumni, akan mendatangkan banyak manfaat yaitu kebutuhan akan informasi seputar alumni terpenuhi dan jalinan silaturahmi antar alumni akan lebih terjaga dengan baik.

8) Utilitarian

Individu membutuhkan informasi, keterampilan, dan pengetahuan yang dapat digunakan untuk menunjang hidupnya dan dalam hal ini fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang membantu para

alumni untuk menjalin kembali silaturahmi antar alumni dan kegiatan para

b. Motif Afektif, menekankan pada aspek perasaan dan kebutuhan mencapai tingkat emosional tertentu. Motif Afektif terdiri dari 8 modus:

1) Reduksi Tegangan

Seseorang memperoleh kepuasan setelah menggunakan media. Dalam hal ini para alumni yang tergabung dalam *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang merasa senang dan puas setelah menggunakan fitur facebook *group* alumni.

2) Ekspresif

Orang akan memperoleh kepuasan apabila dapat mengungkapkan eksistensi dirinya. Dalam hal ini para alumni dapat ikut serta memberikan masukan ataupun berinteraksi langsung dengan para alumni melalui *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang. Para alumni bisa mengungkapkan apa yang dia rasakan melalui *group* facebook alumni.

3) Ego defensif

Dari media massa kita memperoleh informasi untuk membangun diri kita dan pandangan kita terhadap sifat-sifat manusia dan hubungan sosial. Dalam hal ini dengan adanya *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang, para alumni yang tergabung dalam *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang akan lebih merasa percaya diri atau

mantan sekolah dan teman-temannya daripada alumni yang tidak ikut bergabung dengan *group* facebook alumni.

#### 4) Peneguhan

Dengan menggunakan media massa dapat memperoleh hiburan, informasi, pengalaman orang lain dsb, dan ia akan menggunakan lagi dengan harapan ia akan mendapat ganjaran serupa. Dan dalam hal ini bahwa *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang telah memberikan banyak sekali manfaat seperti memberikan hiburan, informasi, pengalaman alumni lain sehingga membuat para alumni sadar bahwa *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang adalah penting.

#### 5) Penonjolan

Media massa memberikan sesuatu yang diinginkan oleh manusia seperti penghargaan terhadap sesuatu yang telah manusia kerjakan dan memberikan banyak informasi. Dalam hal ini *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang memberikan tempat khusus di hati para alumni untuk berekspresi dan lebih dikenal oleh para alumni lain.

#### 6) Afiliasi

Menggunakan media untuk mencari perhatian dari orang lain. Dalam

..... dalam *group* facebook alumni

mencari perhatian dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada dalam *group* facebook alumni untuk lebih diperhatikan oleh alumni lain.

#### 7) Identifikasi

Kepuasan diperoleh jika orang memperoleh identitas tambahan yang meningkatkan konsep dirinya. Dalam hal ini para alumni merasa memiliki sesuatu yang lebih setelah bergabung dengan *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang, para alumni merasa lebih dilihat dan lebih keren dibandingkan alumni yang tidak ikut bergabung dalam *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang.

#### 8) Peniruan

Individu cenderung berempati terhadap perasaan orang-orang yang diamatinya dan meniru perilakunya dan komunikasi massa menyajikan model untuk ditiru oleh khalayaknya. Dan dalam hal ini bahwa para alumni yang tergabung dalam *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang cenderung ikut menumpahkan perasaannya di dalam *wall* grup alumni maupun dalam fitur lain setelah melihat

..... melalui hal untuk grup alumni

## H. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel yang ada yaitu variabel independen dan variabel dependen. Definisi operasional ini akan menjelaskan variabel tersebut :

### a. Motif (Variabel Independen: X)

Variabel ini dioperasionalkan sebagai pengukuran terhadap motif alumni SMA Negeri 1 Bawang ketika menggunakan facebook *group* alumni.

Indikator variabel ini terdiri dari :

- a. Motif Kognitif, menekankan pada kebutuhan manusia akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat ideasional tertentu. Motif terdiri dari 8 modus:

#### 1) Konsistensi

Meskipun banyak *group* alumni yang ditawarkan seperti grup alumni melalui *yahoo group* namun para alumni dari SMA Negeri 1 Bawang khususnya lebih memilih facebook sebagai alat penghubung diantara para alumni.

#### 2) Atribusi

Dari semua fitur-fitur yang terdapat dalam *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang menimbulkan ketertarikan tersendiri bagi

### 3) Kategorisasi

Dengan keberadaan fitur facebook seperti *update* status, koleksi foto, *tagging* foto dan forum diskusi diharapkan selalu dekat dengan teman-teman alumni dan akan merasa kecewa bila keinginan untuk dekat dengan sesama alumni itu tidak terlaksana misalkan tidak menemukan teman yang sedang dicari atau fitur yang digunakan tidak mendapatkan respon dari sesama alumni.

### 4) Objektifikasi

Fitur-fitur facebook yang bagus membuat para alumni merasa senang dan merasakan manfaat yang ditimbulkan setelah ikut bergabung dengan *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang.

### 5) Otonomi

Dengan keberadaan pesan *wall* maupun *comment* status atau foto dari alumni akan membuat alumni lain untuk ikut merasakan hal serupa misalkan perasaan rindu atau kangen.

### 6) Stimulasi

Keragaman fitur yang ditawarkan facebook seperti *comment update* status, koleksi foto, forum diskusi memberikan nilai lebih bagi para pengguna yaitu mendatangkan hiburan tersendiri.

### 7) Teleologis

Fitur facebook *group* alumni memberikan banyak manfaat salah

1 Bawang dan alumni dengan semua fitur yang ada dalam *group* facebook alumni dan mempererat tali silaturahmi.

8) Utilitarian

Dengan menggunakan fitur forum diskusi, acara atau kegiatan pada *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang para alumni belajar bagaimana caranya mendiskusikan suatu masalah atau kegiatan seperti reuni.

b. Motif Afektif, menekankan pada aspek perasaan dan kebutuhan mencapai tingkat emosional tertentu. Motif Afektif terdiri dari 8 modus:

1) Reduktisitas

Forum diskusi, *comment update* status, koleksi foto, *tagging* foto, catatan memberikan kepuasan dan kesenangan bagi para alumni yang tergabung dalam *group* facebook alumni.

2) Ekspresif

Ketika ada *update* status ataupun koleksi foto para alumni akan ikut memberikan *comment* terhadap status atau foto tersebut.

3) Ego defensif

Dengan menggunakan fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang rasa percaya diri muncul dikarenakan para alumni yang tergabung akan lebih tahu apa yang terjadi atau peristiwa apa yang

4) Peneguhan

Dengan semua fitur yang ada dalam grup facebook alumni membuat para alumni merasa akan selalu menggunakan grup alumni ini sampai kapanpun dikarenakan manfaat yang begitu besar yang dirasakan oleh para alumni yang tergabung dalam *group* facebook alumni.

5) Penonjolan

Dengan bergabung bersama *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang alumni merasa lebih terlihat dan terkenal.

6) Afiliasi

Dengan fitur koleksi foto, *wall*, forum diskusi, maupun *comment up date* status para alumni berharap keberadaanya di perhatikan oleh orang lain.

7) Identifikasi

Banyak dari alumni merasa keren atau percaya diri ketika bergabung dalam *group* alumni.

8) Peniruan

Dengan adanya pesan *wall*, foto, *update* status dari teman-teman sesama alumni membuat alumni lain untuk ikut berpartisipasi.

Pengukuran terhadap variabel ini, dilakukan dengan mengajukan sejumlah item pertanyaan kepada responden yang dirumuskan dalam kalimat positif dan berisi tentang kemampuan fitur *group* facebook dalam memenuhi kebutuhan para alumni



Jawaban responden tersebut kemudian diberi *skor* dengan ketentuan sebagai berikut : *skor* 5 untuk jawaban yang sangat mendukung pertanyaan, *skor* 4 untuk jawaban yang mendukung pertanyaan, *skor* 3 untuk jawaban yang kurang mendukung pertanyaan, *skor* 2 untuk jawaban yang tidak mendukung pertanyaan, dan *skor* 1 untuk jawaban yang sangat tidak mendukung pertanyaan.

## **I. HIPOTESIS**

Merupakan sarana penelitian ilmiah yang penting dan tidak bisa ditinggalkan, karena dia merupakan instrumen kerja dari teori. Sebagai hasil deduksi dari teori atau proposisi, hipotesis lebih spesifik sifatnya, sehingga lebih siap untuk diuji secara empiris (Masri Singarimbun, 1988 : 43). Hipotesis penelitian ini adalah “Ada motivasi yang tinggi ketika alumni SMA Negeri 1 Bawang menggunakan fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang”.

## **J. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan suatu penelitian metode deskriptif kuantitatif yakni, suatu metode dalam meneliti kasus sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Metode deskriptif bertujuan secara sistematis fakta dan karakteristik populasi tertentu

- a. Memusatkan perhatian pada masalah-masalah yang ada pada saat penelitian dilakukan (saat sekarang) atau masalah-masalah yang bersifat kultural.
- b. Menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagai mana adanya, diiringi dengan interpretasi (penafsiran) yang bersifat rasional dan memadai (Hadari Nawawi, 1983: 63).

Penelitian ini juga menggunakan metode survei, yaitu suatu cara mengumpulkan data dari sejumlah unit atau individu dalam waktu bersama-sama (Masri Singarimbun, 1985: 18). Dalam metode survei, informasi dikumpulkan dari responden dengan menyebar kuesioner. Umumnya pengertian survei dibatasi pada survei sampel dimana informasi dikumpulkan dari sebagian populasi yang akan mewakili seluruh populasi.

## **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dibalik penggunaan media. Obyek penelitian ini adalah fitur facebook *group* alumni, fitur ini menjadi objek penelitian karena manfaat yang ditimbulkan oleh *group* facebook ini terhadap para alumni dari SMA Negeri 1 Bawang. Sedangkan subyek penelitiannya adalah khalayak pengguna fitur facebook *group* alumni yang dalam hal ini adalah alumni SMA Negeri

### 3. Populasi dan Sampel

Menurut Hadari Nawawi (dalam Metode Penelitian Sosial, 1995: 141), populasi merupakan keseluruhan obyek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan-hewan, tumbuh-tumbuhan dan gejala-gejala nilai tes atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu didalam suatu populasi. Populasi merupakan sejumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya diduga (Masri Singarimbun, 1995: 43). Jika populasi lebih dari 100 atau lebih besar, maka sampel dapat diambil sekitar 10-15% atau 20-25% atau lebih tergantung setidak-tidaknya dari :

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu, tenaga dan dana.
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap objek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- c. Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti. Untuk penelitian yang risikonya besar, tentu saja jika sampel besar, hasilnya akan lebih baik (Suharsimi Arikunto, 2002: 112).

Populasi dalam penelitian ini adalah alumni SMA Negeri 1 Bawang yang tergabung dalam *group* facebook alumni. Berdasarkan data yang diperoleh dari alumni sekolah tersebut, sampai dengan bulan April tahun 2010 jumlah alumni yang tergabung dalam forum alumni di SMA 1 Bawang sebanyak 582 orang.

Untuk keperluan penelitian ini digunakan sebagian populasi. Mereka merupakan sumber data yang mewakili keseluruhan populasi atau disebut dengan sampel. Dengan kata lain sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili

keseluruhan populasi (Hadari Nawawi, 1995:144). Jadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 responden.

Sampel diambil dengan menggunakan *cluster sampling*, yaitu teknik memilih sebuah sampel dari kelompok-kelompok unit-unit yang kecil, dilakukan dengan jalan memilih sampel yang didasarkan pada klusternya bukan pada individunya (Tulus, 2006:15-16). Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan prinsip kerandoman atau probabilitas. Penggunaan *sampling* demikian didasarkan oleh keterbatasan waktu dan tenaga peneliti.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan metode :

- a. Kuesioner, yaitu pencarian data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada responden.

#### **5. Teknik Pengukuran Skala**

Skala pengukuran yang digunakan untuk menghitung *skor* jawaban responden, seperti yang telah dijelaskan diatas menggunakan skala pengukuran yang berpedoman pada pengukuran Likert, yang dibagi kedalam 5 kategori. Skala berjenjang 5 ini kriterianya adalah sebagai berikut :

- a. Kategori sangat setuju responden menjawab (a) dengan *skor* 5
- b. Kategori setuju responden menjawab (b) dengan *skor* 4

- c. Kategori tidak setuju responden menjawab (c) dengan *skor* 3

- d. Kategori tidak setuju responden menjawab (d) dengan skor 2
- e. Kategori sangat tidak setuju responden menjawab (e) dengan skor 1

## 6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu teknik analisis data yang menggunakan pengukuran dan pembuktian-pembuktian khususnya pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dengan menggunakan metode statistik (Masri Singarimbun, 1989: 263). Analisis ini untuk mengetahui motivasi penggunaan fitur facebook grup pada alumni SMA Negeri 1 Bawang.

Adapun alat uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mean*, *median*, dan *modus*. *Mean* atau yang biasa disebut juga dengan rata-rata adalah angka yang diperoleh dengan membagi jumlah nilai-nilai dengan jumlah individu (N).

Rumusnya sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum X}{N}$$

Dimana,  $\bar{x}$  = Mean

$\sum X$  = Jumlah nilai dalam distribusi

N = Jumlah individu (Tulus, 2006: 29-30)

Sedangkan *median* atau disebut juga rata-rata letak atau yang lebih dikenal dengan istilah titik tengah. Yaitu sekelompok nilai yang diurutkan dari nilai terkecil

kelompok tinggi dan separuh termasuk kelompok rendah, maka titik tengah yang memisahkan kedua kelompok tersebut dinamakan median.

$$Mdn = Bb + \left( \frac{1}{2} N - fkb \right) / fd$$

- Dimana,
- Mdn = Median
  - Bb = Batas bawah
  - fkb = Frekuensi kumulatif
  - fd = Frekuensi interval
  - i = lebar interval
  - N = Jumlah individu (Tulus, 2006: 36-37)

Dan yang terakhir adalah *modus* yaitu skor atau nilai yang paling sering muncul atau frekuensi yang paling banyak dalam sebuah distribusi (Tulus, 2006: 30)

## **BAB II**

### **DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN**

Bab ini memaparkan temuan survei yang dilaksanakan kepada alumni SMA Negeri 1 Bawang yang tergabung dalam *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang. Bab ini akan membahas tentang profil ringkas alumni yang dijadikan obyek penelitian.

#### **A. PROFIL RESPONDEN**

##### **1. Asal sekolah**

Asal sekolah yaitu SMA Negeri 1 Bawang Banjarnegara. Kuesioner dibagikan kepada alumni SMA negeri 1 Bawang yang tergabung dalam fitur facebook *group* alumni. Jumlah alumni yang tergabung dalam *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang sampai dengan bulan April tahun 2010 adalah sebanyak 582 orang. Dengan perhitungan jumlah laki-laki sebesar 344 orang dan perempuan sebesar 238 orang. Jumlah populasi sebesar 582 responden tidak diambil keseluruhan dikarenakan untuk menghemat waktu, tenaga dan biaya peneliti melainkan diambil sebagian atau yang biasa disebut dengan sampel untuk mewakili keseluruhan jumlah populasi yaitu sebanyak 60 responden. Pemilihan responden ini tidak semata-mata asal membagikan kuesioner kepada anggota *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang melainkan dengan cara diundiut sehingga didapatkan 60 responden dari beberapa angkatan yang nantinya

## **2. Usia**

Responden penelitian ini terbagi ke dalam beberapa kelompok usia utama yaitu 22 tahun (65%) dan 21 tahun (16,67%), sisanya berturut-turut 18 tahun (3,33%), 19 tahun (1,67%), 20 tahun ( 3,33%) dan 23 tahun sebesar (10%). Usia ini bervariasi dikarenakan responden berasal dari 3 angkatan yang berbeda yaitu angkatan 2005, 2008 dan 2010. Disini responden yang mendominasi adalah berasal dari angkatan 2005 dikarenakan jumlah angkatan 2005 paling banyak jumlahnya dibandingkan dengan angkatan lain.

## **3. Jenis Kelamin**

Terlihat bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak daripada responden dengan jenis kelamin laki-laki. Dengan perhitungan persentase sebagai berikut perempuan 56,67% atau sebanyak 34 responden dan laki-laki sebanyak 41,67% atau sebanyak 25 responden.

## **4. Angkatan**

Dalam *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang angkatan yang tergabung sangat lah bervariasi, dimulai dari angkatan 95 sampai dengan angkatan 2010. Namun banyak juga yang tidak mencantumkan angkataanya ataupun berasal dari sekolah lain namun ikut bergabung dalam *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang. Ada beberapa angkatan yang mendominasi dalam *group* facebook alumni



angkatan yang lain. Disamping angkatan 2005 yang mendominasi adalah angkatan 2006 dan 2007. Sedangkan sisanya hanya beberapa, mungkin hal tersebut terjadi dikarenakan banyak yang belum tahu atau tidak mengerti akan keberadaan facebook ataupun *group* alumni facebook khususnya alumni SMA Negeri 1 Bawang.

## **5. Asal**

Tentunya alumni SMA negeri 1 Bawang sebagian besar berasal dari Kota Banjarnegara itu sendiri. Ada beberapa yang berasal dari luar Banjarnegara namun tidak banyak bahkan bisa dikatakan sangat sedikit. Alumni yang tergabung dalam grup alumni SMA Negeri 1 Bawang berasal dari seluruh daerah yang tersebar di Kota Banjarnegara. Banyak dari mereka yang masih tetap berada di Banjarnegara namun ada juga yang sudah berpindah atau mendapatkan pekerjaan di luar kota Banjarnegara. Sebagian dari responden yang menjadi objek penelitian masih berstatus sebagai seorang mahasiswa.

## **B. PROFIL SMA NEGERI 1 BAWANG**

Paparan singkat profil ini akan dimulai dari sejarah singkat, struktur organisasi, penjabaran mengenai visi, misi dan tujuan organisasi, dilanjutkan dengan

## 1. Sejarah singkat

SMA Negeri 1 Bawang beralamatkan di Jalan Raya Pucang no.134 Bawang Banjarnegara. SMA Negeri 1 Bawang merupakan alih fungsi dari SPG Negeri Banjarnegara melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 0246/1996 tanggal 15 Juli 1991, dan telah mulai menerima siswa baru pada semester gasal tahun pelajaran 1989/1990. SMA Negeri 1 Bawang merupakan Rintisan Sekolah Kategori Mandiri (SKM) mulai tahun pelajaran 2007/2008.

Kenapa disebut Bawang karena letak sekolah ini berada di desa Bawang Pucang Banjarnegara. SMA Negeri 1 Bawang yang menempati bangunan dengan luas diatas lahan 32.222 m<sup>2</sup>, dikawasan Bawang ini pada mulanya merupakan Sekolah Rakyat atau yang sering disebut dengan SR pada zaman itu . Tidak heran bangunanya pun sudah sangat tua namun kokoh. SMA Negeri 1 Bawang merupakan salah satu sekolah tertua di Kota Banjarnegara sehingga layak bila ada anggapan predikat barometernya pendidikan sekolah menengah. Dan tidak disangsikan lagi bahwa SMA Negeri 1 Bawang memperoleh kepercayaan besar untuk mendidik putra-putri terbaik banjarnegara. Untuk saat ini SMA N 1 Bawang mampu menampung 8 kelas pertahunya dengan jumlah siswa 360 sehingga keseluruhan siswa sampai kelas

... 1057 siswa (jumlah di semua sekolah)

## 2. Visi, Misi dan Tujuan

Sebagai sebuah institusi pendidikan resmi, SMA Negeri 1 Bawang juga memiliki visi dan misi yang hendak dicapai. Visi SMA Negeri 1 Bawang adalah “OPTIMIS, KREATIF, ELEGAN” atau yang biasa disingkat OKE baik dalam pikiran, perkataan dan tindakan. Sedangkan untuk mewujudkan visi tersebut, harus ada misi dalam bentuk lebih konkret yang harus dikerjakan. Sekolah tersebut memiliki misi: (1) Meningkatkan kualitas kegiatan belajar mengajar. (2) Mendorong siswa untuk lebih aktif dalam kegiatan intrakurikuler dan ekstrakurikuler. (3) Menanamkan budi pekerti luhur yang bersendikan etika dan religius melalui kegiatan keagamaan, Pramuka, dan PMR. (4) Mendorong siswa untuk gemar membaca, belajar, dan berlatih. (5) Membentuk manusia ilmiah, inovatif, dan santun. (6) Membentuk pribadi yang berpandangan luas dan jauh ke depan. (7) Membentuk jiwa *entrepreneur* yang ulet dan pantang menyerah. (8) Menanamkan jiwa cipta, rasa, karsa, etika dan estetika.

Dengan mewujudkan hal-hal diatas, pihak SMA Negeri 1 Bawang berharap dapat menghasilkan generasi baru yang benar-benar mampu menjawab tantangan di masa depan. Disamping itu tujuan dari sekolah adalah : (1) Terwujudnya lingkungan sekolah yang menyenangkan, mengasyikan, mencerdaskan, dan religius sebagai tempat belajar mengajar. (2) Tercukupinya ruang belajar dan ruang praktik yang memadai. (3) Terciptanya kehidupan dan keimanan yang utuh dan harmonis. (4) Terwujudnya pelaksanaan pembelajaran berbasis kompetensi. (5) Meningkatkan

berbasis kompetensi. (6) Tampil dan berprestasi dalam berbagai macam even. (7) Terjalinya kerjasama yang baik dengan lembaga dan instansi lain untuk pengembangan program yang lebih maju (sumber: dokumen sekolah).

### **3. Gedung dan fasilitas sekolah**

SMA Negeri 1 Bawang adalah lembaga pendidikan formal yang memiliki satu bangunan gedung. Bangunan ini terletak di Jalan Raya Pucang no. 134 Pucang Banjarnegara dan berada di tengah-tengah antara SMK Negeri 1 Bawang Banjarnegara dan SMP Negeri 5 Bawang Banjarnegara. Dahulu gedung-gedung di sekolahan ini hanya memiliki satu lantai namun setelah 2 tahun terakhir ini gedung-gedung kelasnya memiliki dua lantai. SMA Negeri 1 Bawang memiliki jumlah kelas sebagai berikut :

- a) Kelas I terdiri dari dari tujuh kelas yaitu kelas I-1 sampai I-7
- b) Kelas II terdiri dari tujuh kelas yaitu kelas II-1 sampai II-7
- c) Kelas III terdiri dari enam kelas yaitu kelas III IPA dua kelas dan kelas III IPS empat kelas.

Adapun letak letak komplek SMA Negeri 1 Bawang adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.1 Fasilitas yang dimiliki oleh sekolah :**

<b>NO</b>	<b>Jenis Ruang</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Luas (m<sup>2</sup>)</b>
1.	Ruang Teori/Kelas	33	2,376
2.	Laboratorium Biologi	1	144
3.	Laboratorium Kimia	1	124
4.	Laboratorium Fisika	1	124
5.	Laboratorium Bahasa	1	124
6.	Laboratorium Komputer	1	70
7.	Ruang Perpustakaan	1	153
8.	Ruang Serbaguna	1	305
9.	Ruang UKS	1	16
10.	Ruang BP/BK	1	16
11.	Ruang Kepala Sekolah	1	136
12.	Ruang Guru	1	136
13.	Ruang TU	1	124
14.	Ruang OSIS	1	124
15.	Koperasi/Toko	1	14
16.	Kamar Mandi/WC Guru	6	15
17.	Kamar Mandi/WC Murid	21	62,7
18.	Ruang Ibadah	2	130
19.	Rumah Dinas Kepala Sekolah	1	110
20.	Rumah Dinas Guru	3	113

#### **4. Prestasi sekolah**

Sebagai gambaran tentang prestasi siswa berikut disampaikan puncak-puncak prestasi yang dapat diraih siswa. Prestasi yang pernah diraih yaitu juara harapan dua lomba perpustakaan prop. Jawa tengah 2005, Juara 2 karnaval 17 Agustus Banjarnegara 2007, Juara dua Popda Banjarnegara 2006, Juara satu Popda seni Prop. Jawa Tengah ([www.indosatschool.com](http://www.indosatschool.com), diunduh tanggal 27 Oktober 2009).

#### **5. Peran Alumni**

Alumni adalah bagian yang tidak terpisahkan dengan almamater, karena ada hubungan timbal-balik yang mestinya harus terus dijaga. Alumni memiliki peran yang besar dalam meningkatkan kualitas almamater, baik melalui peran secara langsung maupun tidak langsung. Alumni adalah kebanggaan almamater sebaliknya almamater adalah kebanggaan alumni. Salah satu peran alumni bisa dalam bentuk aktivitas yang mengentalkan lagi nuansa akademis atau atmosfer akademis di sekolah tercinta, misalnya mengadakan diskusi bersama dengan membahas tema-tema seputar pengalaman saat kuliah atau pengalaman saat kerja bisa dengan cara bertemu secara langsung ataupun membahas melalui facebook, disamping itu mengadakan temu kangen antar angkatan ataupun beberapa angkatan untuk menjalin silaturahmi yang

### C. Facebook Group

Facebook atau disingkat FB adalah sebuah situs web jejaring sosial populer yang diluncurkan pada 4 Februari 2004. Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang Mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984 dan mantan murid Ardsley High School. Pada awal masa berdirinya situs web jejaring sosial ini, keanggotaannya masih dibatasi untuk siswa dari Harvard College. Dalam dua bulan selanjutnya, keanggotaannya diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, Boston University, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah yang termasuk dalam *Ivy League*. Banyak perguruan tinggi lain yang selanjutnya ditambahkan berturut-turut dalam kurun waktu satu tahun setelah peluncurannya. Akhirnya, orang-orang yang memiliki alamat surat email suatu universitas (seperti: .edu, .ac, .uk, dll) dari seluruh dunia dapat juga bergabung dengan situs jejaring sosial ini.

Selanjutnya dikembangkan pula jaringan untuk sekolah-sekolah tingkat atas dan beberapa perusahaan besar. Sejak 11 September 2006 orang dengan alamat surat-email apa pun dapat mendaftar di facebook. Pengguna dapat memilih untuk bergabung dengan satu atau lebih jaringan yang tersedia, seperti berdasarkan sekolah, tempat kerja, atau wilayah geografis. Hingga Juli 2007, facebook memiliki jumlah pengguna terdaftar paling besar di antara situs-situs yang berfokus pada sekolah dengan lebih dari 34 juta anggota aktif yang dimilikinya dari seluruh dunia. Dari September 2006 hingga September 2007, peringkatnya naik dari posisi ke-60 ke

foto di Amerika Serikat, mengungguli situs publik lain seperti Flickr, dengan 8,5 juta foto dimuat setiap harinya fitur hiburan dalam facebook disebut aplikasi. Contohnya antara lain permainan video, kuis, dan lain sebagainya (<http://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>, diunduh tanggal 14 Maret 2010).

Fitur-fitur yang dapat digunakan pada facebook dan *group* antara lain *The Wall* atau dinding yaitu fitur standar yang juga terdapat di akun pribadi, untuk memuat komentar para anggota facebook. *Notes* semacam *blog* mini, bisa digunakan untuk menyampaikan informasi atau liputan kegiatan. *Discussion Board*, fitur forum diskusi sederhana yang dapat digunakan untuk membangun komunikasi. *Events* atau acara fitur ini berguna untuk mengingatkan anggota jika ada kegiatan yang akan diselenggarakan. *Photos* dan *Video* yaitu fitur galeri foto, dapat diunggah oleh pengguna facebook. Video berupa galeri video yang bisa dikirimkan oleh pemilik halaman (<http://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>, diunduh tanggal 14 Maret 2010).

Desain facebook terlihat lebih enak dilihat dan dijelajahi serta menawarkan hal-hal yang lebih nyata. Sebagai contoh, facebook menawarkan orang lain yang kira-kira kita kenal untuk di-*add* (ditambahkan) jadi teman. Kita bisa bertemu dan mengobrol dengan teman lama saat masih TK, SD hingga bangku kuliah di mana pun mereka berada. Selain bisa berkenalan dengan banyak orang di dunia maya, para pengguna facebook juga bisa ber-narsis ria. Kita bisa meng-*upload* foto dan video, memberitahu teman-teman apa kegiatan kita setiap hari, bahkan yang kita lakukan

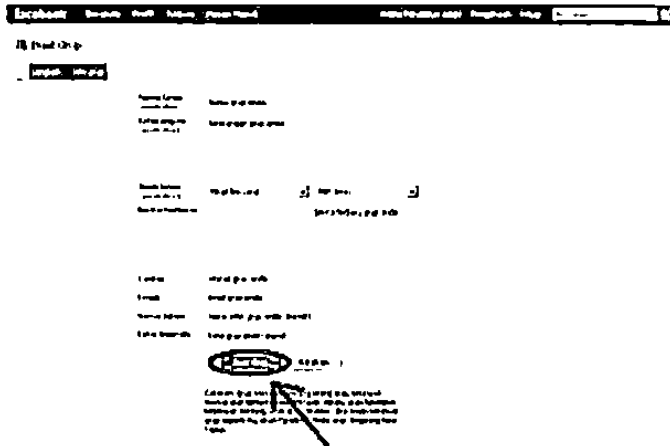


hari itu, semuanya bisa dilakukan instan bahkan lewat ponsel. Kita juga bisa memberi komentar, *blogging*, atau main *game* di facebook.

Dan dengan facebook kita bisa tahu kegiatan teman kita dengan dia *update* status nya dan bisa berkomentar dengan apa yang mereka kerjakan. Selain itu facebook pun menyediakan *tagging* foto yang bisa mengetahui siapa saja yang ada di dalam foto kemudian setelah di *tagging* foto yang di *upload* oleh teman kita bisa masuk ke album foto kita. Belum lagi aplikasi-aplikasi tambahan seperti *game*, kuis yang bisa kita gunakan untuk mengisi waktu luang setelah itu fitur *group* dan *calender* serta fasilitas *invite* dalam mengadakan suatu acara (Hardiantz.blogspot.com diunduh tanggal 14 maret 2010). Intinya, apapun yang kita lakukan di facebook milik kita, akan langsung tersebar dari *wall* ke *wall*, lewat status atau dari *messages* ke *messages* sesama pengguna facebook. Misalkan kita baru saja mengedit profil dan tindakan itu akan secara otomatis diberitahukan ke teman-teman yang ada dalam jaringan jaringan kita.

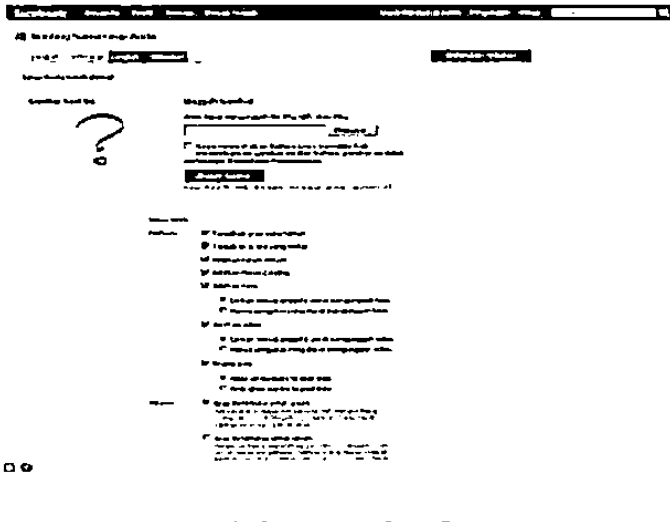
Facebook juga menyediakan fasilitas untuk membuat *group*, kita bisa mengumpulkan orang-orang untuk menjadi anggota *group* kita atau bisa juga menjadi anggota grup lain. Di dalam *group* biasanya berkumpul orang-orang yang bersesuaian dengan tujuan dibentuknya *group* itu. Mereka bisa melemparkan permasalahan dan mendiskusikannya sebagai contoh group SERIKAT PENGAMEN INDONESIA

### Gambar.2.2

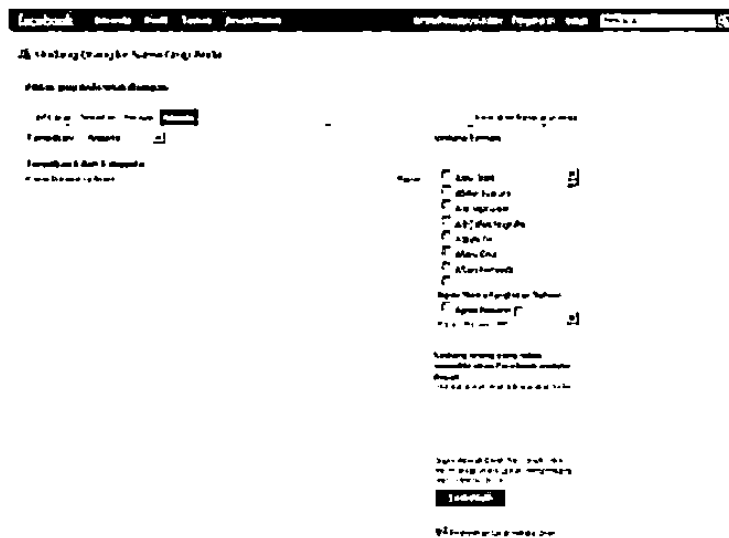


Keterangan: Langkah membuat *group*

### Gambar.2.3



Gambar 2.4



Keterangan: Langkah pembuatan teman

## BAB III

### SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. SAJIAN DATA

Analisis data pada Bab III ini menjelaskan hasil penelitian Motivasi Menggunakan Fitur Facebook *Group* pada Alumni SMA Negeri 1 Bawang. Data penelitian merupakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada alumni SMA Negeri 1 Bawang yang tergabung dalam facebook *group* sebanyak 60 responden.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan diperoleh data sebagaimana terlihat pada tabel 3.1 berikut yang menunjukkan secara ringkas mengenai jumlah sampel dan tingkat pengembalian kuesioner yang dijawab oleh responden.

Tabel 3.1

Jumlah sampel dan Tingkat Pengembalian Sampel

Keterangan	Jumlah
Total penyebaran kuesioner	60
Total pengembalian kuesioner	60
<i>Response Rate</i> (Tingkat pengembalian)	100%
Jumlah responden	60
Total kuesioner yang dapat diolah	60

Tabel 3.1 menunjukkan bahwa 60 kuesioner yang disebarakan kepada responden, semua kuesioner dikembalikan kepada peneliti, atau dengan kata lain penelitian ini mempunyai *response rate* sebesar 100%. Dari 60 kuesioner yang dikembalikan tersebut, data yang dapat digunakan untuk analisis data sebanyak 60 responden.

- **ANALISIS DESKRIPTIF**

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner disamping data tentang karakteristik responden, diperoleh juga data mengenai tanggapan responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini (Motivasi Menggunakan Fitur Facebook *Group* pada Alumni SMA Negeri 1 Bawang). Analisis ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul mengenai tanggapan responden terhadap variabel yang digunakan.

Butir-butir pertanyaan dari masing-masing variabel tersebut masing-masing mempunyai bobot skor yang berbeda dari pemberian skor ini akan dihasilkan 5

Nilai rata-rata dari masing-masing responden dapat dikelompokkan dalam kelas interval. Ukuran interval berguna untuk memberikan informasi tentang interval 1 orang atau objek dengan orang atau objek yang lain. Jumlah interval dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{8} = 0.8$$

Dari informasi tersebut dapat ditentukan skala distribusi kriteria pendapat responden sebagai berikut :

- |             |   |
|-------------|---|
| 1 – 1,80    | Sangat tidak setuju (STS) atau interval sangat rendah |
| 1.81 – 2.60 | Tidak setuju (TS) atau interval rendah                |
| 2.61 – 3.40 | Ragu-ragu atau interval cukup tinggi                  |
| 3.41 – 4.20 | Setuju (S) atau interval tinggi                       |
| 4.21 – 5.00 | Sangat setuju (SS) atau interval sangat tinggi        |

Berdasarkan ketentuan diatas, maka dapat dilakukan proses pengolahan data untuk menentukan nilai masing-masing pertanyaan. Adapun hasil selengkapnya adalah sebagai berikut :

### **1. Variabel Motivasi Menggunakan**

Variabel motivasi menggunakan fitur facebook *group* diukur melalui kuesioner dengan pertanyaan sejumlah 16 butir yang terdiri dari delapan motif

kesetujuan responden terhadap variabel motivasi menggunakan fitur facebook *group*.

Hasil jawaban selengkapnya dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini.

**a. Motif Kognitif**

**Tabel 3.2**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif konsistensi yaitu dalam memilih facebook *group* SMA Negeri 1 Bawang dibandingkan dengan *group* lain

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	32	53.3%
Setuju	4	20	33.3%
Netral	3	5	8.3%
Tidak setuju	2	3	5.0%
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total		60	100
Rata-rata item	4.35		

Sumber : Data primer diolah (2010) kuesioner no 1

Tabel 3.2 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan sangat setuju memilih fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang dibandingkan *group* lain, dengan perhitungan jawaban sebanyak 32 responden atau sekitar 53.3%.

Rata-rata item sebesar 4.35 termasuk kategori penilaian sangat tinggi yang

menunjukkan bahwa responden sangat setuju menggunakan fitur facebook *group*

alumni di bandingkan *group* lain. Hal ini dikarenakan *group* facebook alumni lebih menarik daripada *group* lain (Wawancara, 02 April 2010).

**Tabel 3.3**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif atribusi yaitu alasan alumni memilih menggunakan facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	34	56.7%
Setuju	4	19	31.7%
Netral	3	7	11.7%
Tidak setuju	2	-	-
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total		60	100
Rata-rata item	4.45		

Sumber : Data primer diolah (2010) kuesioner no 2

Tabel 3.3 diatas menunjukkan sebagian besar responden menyatakan sangat setuju memilih fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang, dengan perhitungan jawaban sebanyak 34 responden atau sekitar 56.7%. Rata-rata item sebesar 4.45 termasuk kategori penilaian sangat tinggi yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju menggunakan fitur facebook *group* alumni. Hal ini



**Tabel 3.4**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif kategorisasi yaitu kepuasan yang diperoleh alumni

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	22	36.7%
Setuju	4	29	48.3%
Netral	3	9	15.0%
Tidak setuju	2	-	-
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total		60	100
Rata-rata item	4.22		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 3

Tabel 3.4 diatas menunjukkan bahwa jawaban responden beraneka ragam, dengan perhitungan jawaban sebanyak 22 responden atau sekitar 36.7% untuk responden yang menjawab sangat setuju, 29 responden atau sekitar 48.3% yang menjawab setuju, 9 responden atau sekitar 15.0% yang menjawab netral, dan sisanya tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak dipilih oleh responden. Dan Rata-rata item sebesar 4.22 termasuk kategori penilaian sangat tinggi yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif kategorisasi. Hal ini dikarenakan para alumni mendapatkan kepuasan ketika menggunakan beberapa fitur facebook *group* alumni (Hasil wawancara 02 April

**Tabel 3.5**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif objektifikasi yaitu fitur facebook *group* yang dianggap menarik

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	32	53.3%
Setuju	4	20	33.3%
Netral	3	8	13.3%
Tidak setuju	2	-	-
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total		60	100
Rata-rata item	4.40		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 4

Tabel 3.5 diatas menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan sangat setuju menggunakan facebook *group*, dengan perhitungan jawaban sebanyak 32 responden atau sekitar 53.3%. Dan Rata-rata item sebesar 4.40 termasuk kategori penilaian sangat tinggi yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif objektifikasi. Hal

... ..

**Tabel 3.6**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif otonomi yaitu membantu menjalin silaturahmi dengan para alumni

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	20	33.3%
Setuju	4	24	40%
Netral	3	14	23.3%
Tidak setuju	2	2	3.3%
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total		60	100
Rata-rata item	4.03		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 5

Tabel 3.6 diatas menunjukkan bahwa jawaban responden beraneka ragam, dengan perhitungan jawaban sebanyak 20 responden atau sekitar 33.3% untuk responden yang menjawab sangat setuju, 24 responden atau sekitar 40.0% yang menjawab setuju, 14 responden atau sekitar 23.3% yang menjawab netral, dan 2 responden atau sekitar 3.3% yang menjawab tidak setuju. Dan Rata-rata item sebesar 4.03 termasuk kategori penilaian tinggi yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif otonomi. Hal ini dikarenakan alumni menganggap adanya *group* facebook alumni bisa

meningkatkan silaturahmi (Hasil wawancara 02 April 2010)

**Tabel 3.7**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif stimulasi yaitu facebook *group* yang memberikan banyak manfaat bagi para alumni SMA Negeri 1 Bawang

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	21	35.0%
Setuju	4	29	48.3%
Netral	3	6	10.0%
Tidak setuju	2	4	6.7%
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total			100
Rata-rata item	4.12		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 6

Tabel 3.7 diatas menunjukkan bahwa jawaban responden beraneka ragam, dengan perhitungan jawaban sebanyak 21 responden atau sekitar 35.0% untuk responden yang menjawab sangat setuju, 29 responden atau sekitar 48.3% yang menjawab setuju, 6 responden atau sekitar 10.0% yang menjawab netral, dan 4 responden atau sekitar 6.7% yang menjawab tidak setuju. Dan Rata-rata item sebesar 4.12 termasuk kategori penilaian tinggi yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif stimulasi.

Hal ini dibuktikan dengan menggunakan group facebook alumni memberikan

**Tabel 3.8**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif teleologis yaitu kebutuhan akan informasi alumni terpenuhi dengan adanya facebook *group*

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	21	35.0%
Setuju	4	22	36.7%
Netral	3	15	25.0%
Tidak setuju	2	2	3.3%
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total		60	100
Rata-rata item	4.03		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 7

Tabel 3.8 diatas menunjukkan bahwa jawaban responden beraneka ragam, dengan perhitungan jawaban sebanyak 21 responden atau sekitar 35.0% untuk responden yang menjawab sangat setuju, 22 responden atau sekitar 36.7% yang menjawab setuju, 15 responden atau sekitar 25.0% yang menjawab netral, dan 2 responden atau sekitar 3.3% yang menjawab tidak setuju. Dan Rata-rata item sebesar 4.03 termasuk kategori penilaian tinggi yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif teleologis. Hal ini dikarenakan alumni merasa kebutuhan akan informasi seputar SMA Negeri 1 Bawang terpenuhi (Hasil wawancara, 02 April 2010).

**Tabel 3.9**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif utilitarian yaitu membantu para alumni dalam belajar banyak hal yang berkaitan dengan alumni maupun tidak

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	20	33.3%
Setuju	4	29	48.3%
Netral	3	8	13.3%
Tidak setuju	2	3	5.0%
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total		60	100
Rata-rata item	4.10		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 8

Tabel 3.9 diatas menunjukkan menunjukkan bahwa jawaban responden beraneka ragam, dengan perhitungan jawaban sebanyak 20 responden atau sekitar 33.3% untuk responden yang menjawab sangat setuju, 29 responden atau sekitar 48.3% yang menjawab setuju, 8 responden atau sekitar 13.3% yang menjawab netral, dan 3 responden atau sekitar 5.0% yang menjawab tidak setuju. Dan Rata-rata item sebesar 4.10 termasuk kategori penilaian tinggi yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif utilitarian. Hal ini dikarenakan bergabung dengan alumni SMA Negeri 1 Bawang membantu

... alumni untuk kelainan banyak hal seperti alumni dan kegiatan para alumni

**b. Motif Afektif**

**Tabel 3.10**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif reduksi tegangan yaitu kepuasan setelah menggunakan facebook *group* alumni

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	24	40.0%
Setuju	4	24	40.0%
Netral	3	9	15.0%
Tidak setuju	2	3	5%
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total		60	100
Rata-rata item	4.15		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 9

Tabel 3.10 diatas menunjukkan bahwa jawaban responden beraneka ragam, dengan perhitungan jawaban sebanyak 24 responden atau sekitar 40.0% untuk responden yang menjawab sangat setuju, 24 responden atau sekitar 40.0% yang menjawab setuju, 9 responden atau sekitar 15.0% yang menjawab netral, dan 3 responden atau sekitar 5% yang menjawab tidak setuju. Dan Rata-rata item sebesar 4.15 termasuk kategori penilaian tinggi yang menunjukkan bahwa responden sangat

4.15 menunjukkan motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif reduksi

tegangan. Hal ini dikarenakan menggunakan fitur facebook group membuat para alumni senang dan puas (Hasil wawancara, 02 April 2010).

**Tabel 3.11**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif ekspresif yaitu mengungkapkan perasaan diri para alumni

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	27	45.0%
Setuju	4	22	36.7%
Netral	3	11	18.3%
Tidak setuju	2	-	-
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total		60	100
Rata-rata item	4.27		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 10

Tabel 3.11 diatas menunjukkan bahwa jawaban responden beraneka ragam, dengan perhitungan jawaban sebanyak 27 responden atau sekitar 45.0% untuk responden yang menjawab sangat setuju, 22 responden atau sekitar 36.7% yang menjawab setuju, 11 responden atau sekitar 18.3% yang menjawab netral, dan sisanya tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak dipilih oleh responden. Dan Rata-rata item sebesar 4.27 termasuk kategori penilaian sangat tinggi yang menunjukkan

1.1 ... berkaitan



dengan motif eekspresif. Hal ini dikarenakan para alumni bisa mengungkapkan apa yang dia rasakan melalui *group* facebook alumni (Hasil wawancara, 02 April 2010).

**Tabel 3.12**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif ego defensif yaitu terhadap hubungan sosial diantara para alumni

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	18	30.0%
Setuju	4	32	53.3%
Netral	3	7	11.7%
Tidak setuju	2	2	3.3%
Sangat tidak setuju	1	1	1.7%
Total		60	100
Rata-rata item	4.07		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 11

Tabel 3.12 diatas menunjukkan bahwa jawaban responden beraneka ragam, dengan perhitungan jawaban sebanyak 18 responden atau sekitar 30.0% untuk responden yang menjawab sangat setuju, 32 responden atau sekitar 53.3% yang menjawab setuju, 7 responden atau sekitar 11.7% yang menjawab netral, 2 responden atau sekitar 3.3% yang menjawab tidak setuju, dan yang terakhir 1 responden atau sekitar 1.7% yang menjawab sangat tidak setuju. Dan Rata-rata item sebesar 4.07

menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif ego defensif. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang alumni merasa lebih tahu terhadap informasi yang ada yang berhubungan dengan sekolah maupun sesama alumni (Hasil wawancara, 02 April 2010).

**Tabel 3.13**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif peneguhan yaitu manfaat yang diberikan facebook *group* kepada para alumni

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	25	41.7%
Setuju	4	25	41.7%
Netral	3	5	8.3%
Tidak setuju	2	5	8.3%
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total		60	100
Rata-rata item	4.17		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 12

Tabel 3.13 diatas menunjukkan bahwa jawaban responden beraneka ragam, dengan perhitungan jawaban sebanyak 25 responden atau sekitar 41.7% untuk responden yang menjawab sangat setuju dan setuju, 5 responden atau sekitar 8.3% yang menjawab netral dan tidak setuju. Dan Rata-rata item sebesar 4.17 termasuk

... ..

menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif peneguhan. Hal ini dikarenakan, alumni mendapatkan pengalaman sehingga membuat para alumni sadar bahwa *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang adalah penting (Hasil wawancara, 02 April 2010).

**Tabel 3.14**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif penonjolan yaitu penghargaan yang diberikan facebook kepada pribadi masing-masing sehingga para alumni merasa bisa lebih berkespresi

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	29	48.3%
Setuju	4	23	38.3%
Netral	3	5	8.3%
Tidak setuju	2	3	5.0%
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total		60	100
Rata-rata item	4.30		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 13

Tabel 3.14 diatas menunjukkan bahwa jawaban responden beraneka ragam, dengan perhitungan jawaban sebanyak 29 responden atau sekitar 48.3% untuk responden yang menjawab sangat setuju, 23 responden atau sekitar 38.3% yang menjawab setuju, 5 responden atau sekitar 8.3% yang menjawab netral, 3 responden atau sekitar 5.0% yang menjawab tidak setuju. Dan Rata-rata item sebesar 4.30

termasuk kategori penilaian sangat tinggi yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif penonjolan. Hal ini dikarenakan dengan ikut bergabung dengan *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang akan lebih dikenal oleh sesama alumni (Hasil wawancara, 02 April 2010).

**Tabel 3.15**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif afiliasi yaitu mencari perhatian dari alumni lain

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	22	36.7%
Setuju	4	23	38.3%
Netral	3	10	16.7%
Tidak setuju	2	5	8.3%
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total		60	100
Rata-rata item	4.03		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 14

Tabel 3.15 diatas menunjukkan bahwa jawaban responden beraneka ragam, dengan perhitungan jawaban sebanyak 22 responden atau sekitar 36.7% untuk responden yang menjawab sangat setuju, 23 responden atau sekitar 38.3% yang menjawab setuju, 10 responden atau sekitar 16.7% yang menjawab netral, 5 responden atau sekitar 8.3% yang menjawab tidak setuju. Dan Rata-rata item sebesar

4.03 termasuk kategori penilaian tinggi yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif afiliasi. Hal ini dikarenakan akan lebih diperhatikan oleh sesama alumni lain apabila ikut bergabung dengan *group* facebook alumni (Hasil wawancara, 02 April 2010).

**Tabel 3.16**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif identifikasi yaitu keberadaan para alumni yang lebih dikenal setelah bergabung dengan grup

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	22	36.7%
Setuju	4	20	33.3%
Netral	3	11	18.3%
Tidak setuju	2	6	10.0%
Sangat tidak setuju	1	1	1.7%
Total		60	100
Rata-rata item	3.93		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 15

Tabel 3.16 diatas menunjukkan bahwa jawaban responden beraneka ragam, dengan perhitungan jawaban sebanyak 22 responden atau sekitar 36.7% untuk responden yang menjawab sangat setuju, 20 responden atau sekitar 33.3% yang menjawab setuju, 11 responden atau sekitar 18.3% yang menjawab netral, 6 responden atau sekitar 10.0% yang menjawab tidak setuju dan yang terakhir 1

responden atau sekitar 1.7%. Dan Rata-rata item sebesar 3.93 termasuk kategori penilaian tinggi yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif identifikasi. Hal ini dikarenakan menggunakan *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang, alumni merasa menjadi keren (Hasil wawancara, 02 April 2010).

**Tabel 3.17**

Tanggapan responden tentang motivasi menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif peniruan yaitu cenderung berempati terhadap perasaan alumni lain sehingga meniru apa yang dilakukan oleh alumni lain

Pilihan jawaban	Nilai (N)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju	5	31	51.7%
Setuju	4	22	36.7%
Netral	3	5	8.3%
Tidak setuju	2	2	3.3%
Sangat tidak setuju	1	-	-
Total		60	100
Rata-rata item	4.37		

Sumber : Data primer diolah (2009) kuesioner no 16

Tabel 3.17 diatas menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan sangat setuju menggunakan facebook group untuk ikut berempati terhadap perasaan alumni lain yaitu dengan perhitungan 31 responden atau sekitar 51.7% dan sisanya berturut-turut yaitu 22 responden atau sekitar 36.7% yang menjawab setuju, 5 responden atau

sekitar 8.3% yang menjawab netral dan 2 responden atau sekitar 3.3% yang menjawab tidak setuju. Dan Rata-rata item sebesar 4.37 termasuk kategori penilaian sangat tinggi yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju menggunakan fitur facebook *group* alumni berkaitan dengan motif peniruan. Hal ini dikarenakan alumni merasa ingin ikut berpartisipasi memberikan perhatian seperti yang dilakukan oleh teman-teman lain (Hasil wawancara, 02 April 2010).

## B. PEMBAHASAN

Analisis data merupakan bagian terakhir dari serangkaian kegiatan statistik, yaitu berupa penganalisaan data, khususnya analisis variabel dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk membuktikan kebenaran hipotesis penelitian yang telah ditetapkan. Adapun hipotesis penelitian ini yaitu "Ada motivasi yang tinggi ketika alumni SMA Negeri 1 Bawang menggunakan fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang". Hubungan diatas dapat diketahui dengan menggunakan rumus statistik. Dalam hal ini rumus statistik yang relevan adalah rumus *Mean*, *Median* dan *Modus*, rumusnya sebagai berikut :

Untuk *Mean*

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{N}$$

Dimana,  $\bar{x}$  = Mean

N = Jumlah individu (Tulus, 2006: 29-30)

Setelah dilakukan perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut :

$$\begin{aligned} X_1 &= \frac{\sum x_1}{N} & X_2 &= \frac{\sum x_2}{N} \\ &= \frac{261}{60} & &= \frac{267}{60} \\ &= 4,35 & &= 4,45 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_3 &= \frac{\sum x_3}{N} & X_4 &= \frac{\sum x_4}{N} \\ &= \frac{253}{60} & &= \frac{264}{60} \\ &= 4,22 & &= 4,40 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_5 &= \frac{\sum x_5}{N} & X_6 &= \frac{\sum x_6}{N} \\ &= \frac{242}{60} & &= \frac{247}{60} \\ &= 4,03 & &= 4,12 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_7 &= \frac{\sum x_7}{N} & X_8 &= \frac{\sum x_8}{N} \\ &= \frac{242}{60} & &= \frac{246}{60} \\ &= 4,03 & &= 4,10 \end{aligned}$$



$$\begin{aligned} X_9 &= \frac{\sum x_9}{N} \\ &= \frac{249}{60} \\ &= 4,15 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_{10} &= \frac{\sum x_{10}}{N} \\ &= \frac{256}{60} \\ &= 4,27 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_{11} &= \frac{\sum x_{11}}{N} \\ &= \frac{244}{60} \\ &= 4,07 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_{12} &= \frac{\sum x_{12}}{N} \\ &= \frac{250}{60} \\ &= 4,17 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_{13} &= \frac{\sum x_{13}}{N} \\ &= \frac{258}{60} \\ &= 4,30 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_{14} &= \frac{\sum x_{14}}{N} \\ &= \frac{242}{60} \\ &= 4,03 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_{15} &= \frac{\sum x_{15}}{N} \\ &= \frac{236}{60} \\ &= 3,93 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_{16} &= \frac{\sum x_{16}}{N} \\ &= \frac{262}{60} \\ &= 4,37 \end{aligned}$$



Nilai *median* atau rata-rata angka tersebut berturut-turut adalah 4.35, 4.45, 4.22, 4.40, 4.03, 4.12, 4.03, 4.10, 4.15, 4.27, 4.07, 4.17, 4.30, 4.03, 3.93, dan yang terakhir adalah 4.37. Dan *median* atau nilai tengahnya adalah 249, 5. Sedangkan *modus* atau nilai yang paling sering muncul adalah 242 atau rata-rata 4.03. Dalam konteks hasil penelitian ini, maka ada motivasi yang tinggi dalam menggunakan fitur facebook *group* oleh alumni SMA Negeri 1 Bawang.

Adanya motivasi yang tinggi dalam menggunakan fitur facebook *group* oleh alumni SMA Negeri 1 Bawang ini terlihat dari beberapa atribut motif yang terbagi ke dalam enam belas motif yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini berarti bahwa menggunakan fitur facebook *group* oleh alumni SMA Negeri 1 Bawang mendapatkan tanggapan yang besar atau respon baik dalam menggunakannya. Enam belas atribut motif tersebut semuanya mendapatkan tanggapan yang positif dari alumni yang dijadikan obyek penelitian. Semua atribut bisa dikatakan menonjol, karena jawaban dari responden memiliki tingkat kerataan yang tinggi dalam menjawab kuesioner yang diberikan.

Terdapat dua faktor yang berkaitan dengan enam belas atribut motif yang terdiri dari atribut-atribut motif dominan dalam menggunakan fitur facebook *group*. Kedua faktor tersebut masuk kedalam interval sangat tinggi yaitu antara 4.21 – 5.00 dan interval tinggi yaitu antara 3.41 – 4.20. Faktor pertama yang merupakan penilaian sangat tinggi atau antara 4.21 – 5.00, terdiri dari konsistensi, atribusi, kategorisasi, objektifikasi, ekspresif, penonjolan, dan peniruan. Sedangkan faktor yang merupakan

penilaian tinggi dengan nilai antara 3.41 – 4.20, terdiri dari otonomi stimulus

teleologis, utilitarian, reduktisitas, ego defensif, peneguhan, afiliasi dan identifikasi. Dalam hasil penelitian ini hanya ada dua kelas interval yaitu sangat tinggi dan tinggi hal tersebut dikarenakan pengguna fitur facebook *group* khususnya alumni SMA Negeri 1 Bawang beranggapan bahwa semua pertanyaan yang diajukan memenuhi bahkan mewakili kebutuhan mereka akan *group* facebook sehingga penerimaan mereka terhadap kuesioner yang diajukan juga sangat baik.

Atribut-atribut yang membentuk faktor pertama dengan interval sangat tinggi yaitu antara 4.21 – 5.00 tersebut analisisnya mewakili:

- Alumni SMA Negeri 1 Bawang konsisten antara sikap dengan media yang dipilih. Yaitu sikap para alumni SMA Negeri 1 Bawang dalam memilih facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang dibandingkan *group* alumni lain (terlihat dari makin banyaknya alumni dari SMA Negeri 1 Bawang yang bergabung dengan *group* alumni).
- Alumni SMA Negeri 1 Bawang tertarik menggunakan fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang (hasil pengamatan).
- Alumni SMA Negeri 1 Bawang memperoleh kepuasan karena dapat selalu terhubung dengan sesama alumni dan menjadi sangat kecewa ketika hal tersebut tidak terlaksana (hasil pengamatan dan wawancara terhadap responden).
- Alumni SMA Negeri 1 Bawang menggunakan *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang karena semua fiturnya menarik (hasil wawancara dengan

- Alumni SMA Negeri 1 Bawang puas setelah menggunakan fitur seperti *update* status, koleksi foto karena dapat ikut serta memberikan komentar terhadap fitur tersebut (hasil pengamatan dan wawancara).
- Alumni SMA Negeri 1 Bawang merasa dengan ikut bergabung dalam *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang, akan lebih dikenal oleh sesama alumni (hasil wawancara dengan responden).
- Alumni SMA Negeri 1 Bawang merasa dengan adanya pesan *wall*, foto, *update* status dari teman-teman sesama alumni, ingin ikut berpartisipasi dalam memberikan perhatian seperti yang dilakukan oleh teman-teman sesama alumni lain ( hasil pengamatan dan wawancara).

Sedangkan atribut-atribut yang membentuk faktor kedua yang merupakan kelas tinggi antara 3.41 – 4.20 adalah otonomi stimulus, teleologis, utilitarian, reduktisitas, ego defensif, peneguhan, afiliasi dan identifikasi, analisisnya mewakili:

- Alumni SMA Negeri 1 Bawang merasa dengan keberadaan *group* facebook alumni ini sedikit membantu para alumni untuk tetap menjalin silaturahmi dengan para alumni yang lain (hasil wawancara dengan responden).
- Alumni SMA Negeri 1 Bawang merasa tidak bosan menggunakan fitur-fitur seperti *comment update* status, koleksi foto, forum diskusi dikarenakan fiturnya bagus, menarik dan memberikan manfaat (hasil wawancara dengan responden).
- Alumni SMA Negeri 1 Bawang percaya bahwa dengan adanya *group* facebook alumni akan mendatangkan banyak manfaat yaitu kebutuhan akan

informasi seputar alumni terpenuhi dan jalinan silaturahmi antar alumni akan lebih terjaga dengan baik (hasil wawancara dengan responden).

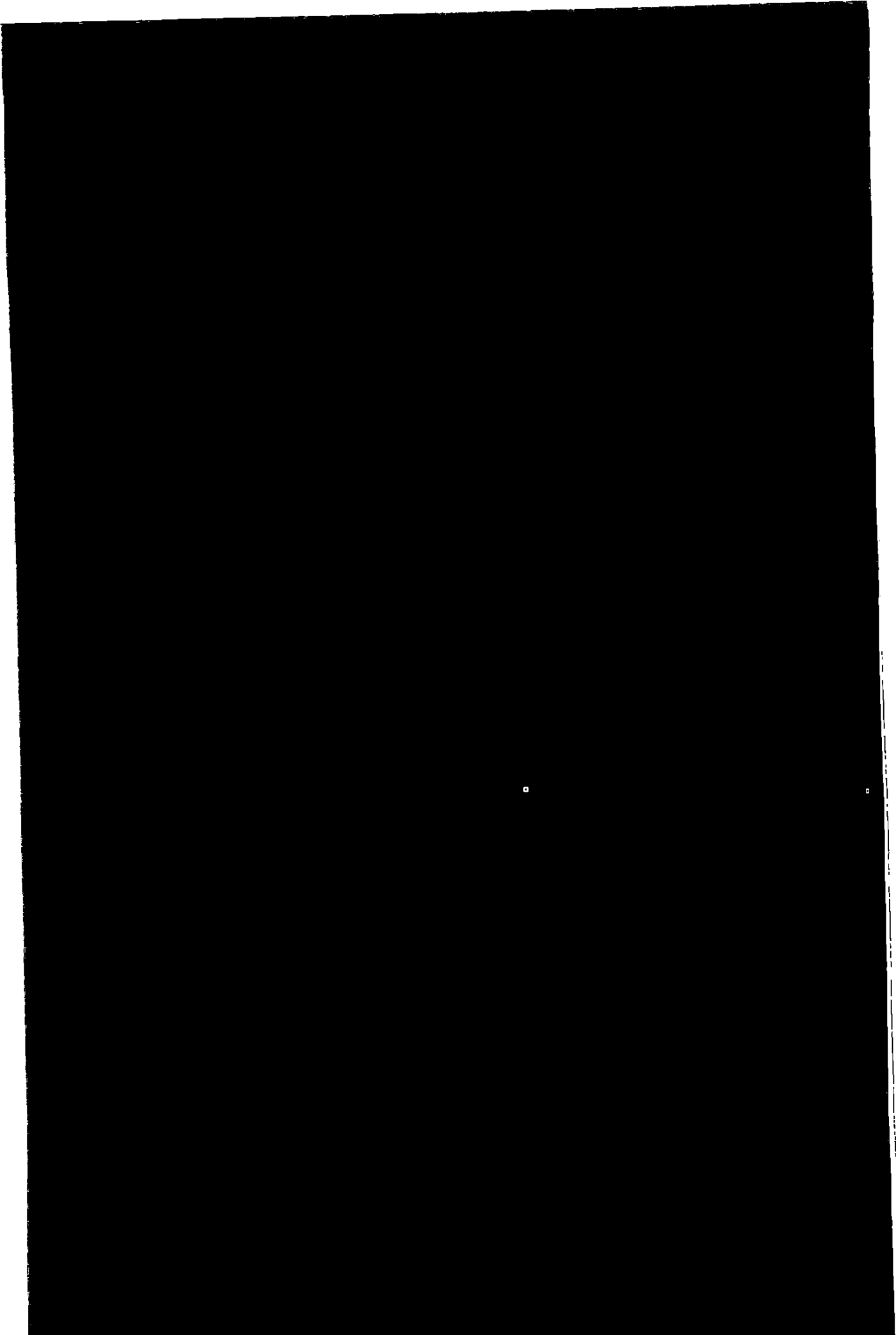
- Alumni SMA Negeri 1 Bawang merasa fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang membantu para alumni untuk belajar banyak hal seputar alumni dan kegiatan para alumni (hasil wawancara dengan responden).
- Alumni SMA Negeri 1 Bawang merasa senang dan puas setelah menggunakan fitur facebook *group* alumni (hasil wawancara dengan responden).
- Alumni SMA Negeri 1 Bawang merasa menggunakan *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang akan menjadi lebih tahu terhadap informasi yang ada yang berhubungan dengan sekolah maupun sesama alumni (hasil wawancara dengan responden).
- Alumni SMA Negeri 1 Bawang merasa akan selalu menggunakan *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang dikarenakan memberikan manfaat (hasil wawancara dengan responden).
- Alumni SMA Negeri 1 Bawang merasa menggunakan fitur facebook *group* akan lebih diperhatikan oleh sesama alumni (hasil wawancara dengan responden).
- Alumni SMA Negeri 1 Bawang merasa menggunakan *group* facebook alumni, menjadi keren (hasil wawancara dengan responden).

Berkaitan dengan *Uses and Gratification Theory* (Rakhmat, 2004: 205), maka hasil analisisnya adalah sebagai berikut,

1. Khalayak dianggap aktif; artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan. Dalam hal ini alumni SMA Negeri 1 Bawang menggunakan fitur facebook *group* memiliki tujuan tertentu yaitu menjalin silaturahmi antar sesama alumni, sebagai hiburan, mengisi waktu luang, sebagai bahan pembicaraan, serta menambah wawasan sosial.
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak. Dalam hal ini pengguna yaitu alumni SMA Negeri 1 Bawang akan memutuskan untuk menggunakan fitur facebook *group* apabila fitur facebook *group* tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna yaitu alumni baik dari segi manfaat facebook *group* maupun fitur-fiturnya.
3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media sangat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan. Maksudnya disini adalah bahwa pembuat fitur facebook *group* membuat sebuah *group* jejaring sosial yang disesuaikan dengan apa yang diinginkan oleh penggunanya khususnya alumni SMA Negeri

4. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu. Dalam hal ini berarti penilaian pengguna yaitu alumni SMA Negeri 1 Bawang terhadap fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang dijadikan sebagai masukan untuk *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang agar lebih meningkatkan silaturahmi diantara para alumni.
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak. Maksudnya, kita harus mengkonfirmasi informasi dari pengguna yaitu alumni yang bersangkutan, baru kemudian dapat menilai apakah sebuah *group* dianggap berhasil atau tidak berhasil dalam mengumpulkan para anggotanya yaitu yang berasal dari





## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan satu analisis data yaitu *mean*, *median*, dan *modus*. Hal tersebut dikarenakan hanya ada satu variabel. Dari perhitungan rata-rata angka tersebut diketahui bahwa rata-rata angka dari ke enam belas motif yang digunakan menunjukkan bahwa terdapat motivasi yang tinggi ketika para alumni SMA Negeri 1 Bawang menggunakan fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti yaitu : Ada motivasi yang tinggi ketika para alumni menggunakan fitur facebook *group* alumni SMA Negeri 1 Bawang.

Hal ini terjadi dijelaskan oleh dua faktor yang berasal dari enam belas atribut motif yang dijadikan analisa dalam penelitian ini. Faktor pertama adalah penilaian sangat tinggi dengan nilai 4.21 – 5.00 adalah faktor yang terdiri dari konsistensi, atribusi, kategorisasi, objektifikasi, ekspresif, penonjolan, dan peniruan sebagai faktor yang paling dominan atau paling mempengaruhi dan faktor kedua yang merupakan faktor penilaian tinggi dengan nilai 3.41 – 4.20 terdiri dari otonomi stimulus, teleologis, utilitarian, reduktisitas, ego defensif, peneguhan, afiliasi dan identifikasi sebagai faktor pelengkap. Selain itu terdapat juga faktor yang berasal dari *Uses and*

## B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti dapat memberikan saran kepada beberapa pihak sebagai berikut :

1. Bagi para alumni
  - a. Hendaknya para alumni SMA Negeri 1 Bawang yang tergabung dalam *group* facebook alumni SMA Negeri 1 Bawang dapat mempertahankan media *group* facebook alumninya agar hubungan diantara sesama alumni dapat terjalin dengan lebih baik.
2. Bagi sekolah
  - a. Hendaknya sekolah akan selalu senantiasa memanfaatkan facebook *group* untuk lebih mempererat kembali tali silaturahmi diantara para alumni dan almamater sekolah (*Tracer study*).
3. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Hendaknya peneliti mempergunakan populasi yang lebih luas, sehingga

## DAFTAR PUSTAKA

Budiman, Kris. (2002). *Di depan kotak ajaib*. Yogyakarta: Galang Press

Burhan Nurgiyantoro, 2001. *Penelitian dalam Pengajaran Bahasa dan Sastra*.

Yogyakarta:

BPFE, UGM.

Effendy, Onong Uchjana. (1986). *Dimensi – dimensi Komunikasi*. Bandung:

CV. Mandar Maju.

E. Koeswara. (1986). *Motivasi: Teori dan Penelitiannya*. Bandung:

Penerbit Angkasa. Hlm 1.

Gerungan, W. A. (1998). *Psikologi Sosial*. Bandung: Eresco.

Irwanto. (1991). *Psikologi Umum Buku Panduan Mahasiswa*. Jakarta:

PT. Gramedia Pustaka Utama.

Loundon, David L & Albert J, Della Bitta. (1993). *Consumer Behavior:*

*Concept and Application (4th ed)*. New York: McGraw Hill Inc.

McQuail, Denis. (1987). *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (2nd ed)*.

(Agus Dharma & Aminuddin Ram). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Nawawi, Hadari (1983). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta:

Gajah Mada University Press.

Nawawi, Hadari (1995). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta:



<http://techno.okezone.com/index.php/ReadStory/2009/06/22/55/231855/beda-pria-dan-wanita-mengakses-facebook/beda-pria-dan-wanita-mengakses-facebook>,  
diunduh tanggal 14 Maret 2010.

[www.wartamini.com](http://www.wartamini.com), diunduh tanggal 14 Maret 2010.

[www.indosatschool.com](http://www.indosatschool.com), diunduh tanggal 27 Oktober 2009