

PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM INTERAKSI SOSIAL ANTAR SISWA SMA NEGERI 1 MANADO (Studi pada Jurusan IPA Angkatan 2012)

Oleh:

Randolf A. Manampiring

e-mail: randolfmanampiring@gmail.com

Abstract: *the role of social media instagram in social interactions among student of SMA Negeri 1 Manado (Studies on majors of science batch 2012). In the daily life of man cannot be separated from what is called communication. Communication is one of the important aspects of human life in this world. As social beings, human always want to connect with other human beings. He wants to know the surrounding environment, even want to know what's going on inside him. The curiosity, forcing the human need to communicate there are different types of communication one of them is mass communication. Mass communication is communication that requires media as intermediary one of the fastest spreading media is through online media or internet can connect people despite being in different parts of the earth one of them with social media there are many social media is circulating in the community, social media can be a means to indicate various things such as writing, image or video variety of social media including instagram among student of SMA Negeri 1 Manado the student is addicted to use social media as it can meet their needs so that social interaction between students among school affected.*

This study uses the theory uses of gratification and using qualitative research methods. Result: Students often use social media prior Instagram as a means of satidfication they will be entertainment, imitate each other and identify. Instagram posts can make them mutually sympathetic as well as instagram students assume their role in social interaction among school.

Abstarak. *Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial antar Siswa SMA Negeri 1 Manado (Studi Pada Jurusan Ipa Angkatan 2012). Dalam Kehidupan sehari-hari manusia sekarang ini tidak lepas dari apa yang dinamakan komunikasi. Komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia di dunia ini. Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi.ada berbagai jenis komunikasi salah satunya komunikasi massa. Komunikasi masa merupakan komunikasi yang membutuh kan media sebagai perantaranya salah satu media yang paling cepat penyebarannya yaitu melalui media online atau internet yang dapat menghubungkan manusia walau berada di belahan bumi manapun salah satunya dengan media sosial. Ada banyak media sosial yang beredar di kalangan masyarakat saat ini media sosial dapat menjadi sarana untuk menunjukkan berbagai hal baik itu sebuah tulisan foto maupun video berbagai media sosial termasuk instagram terlebih lagi di kalangan siswa SMA Negeri 1 para siswa ketagihan menggunakan media sosial ini karena dapat memenuhi kebutuhan mereka sehingga interaksi sosial antar siswa di lingkungan sekolahpun terkena dampak hal ini.*

*Penelitian ini menggunakan Teori uses and gratification dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa sering menggunakan media sosial terlebih instagram sebagai sarana kepuasan mereka untuk hiburan, saling meniru dan mengidentifikasi. Postingan di instagram dapat membuat mereka saling bersimpati serta siswa menganggap instagram berperan dalam interaksi sosial mereka dikalangan sekolah **Saran** : pergunakanlah media sosial seperti instagram sewajarnya tidak berlebih apalagi untuk menjatuhkan orang lain, jangan mudah terpengaruh dengan pemberitaan yang beredar di media sosial serta karena postingan di instagram tidak selamanya positif dan menghibur tingkatkan berinteraksi satu sama lain secara langsung karena media sosial dapat menjadi kawan maupun lawan bagi siswa.*

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan sarana komunikasi masa kini yang sangat cepat dan pesat dalam perkembangannya, Media sosial juga berkembang pesat dari berbagai macam

klasifikasi dan tipe sesuai dengan kebutuhan masyarakat dunia. Media sosial sudah menjadi sebuah kebutuhan pada masyarakat dengan latar belakang moderenitas saat ini. Media sosial dapat membantu manusia dalam berbagai aspek kebutuhan. Aspek hiburan, pendidikan, kesehatan, mengekspresikan diri, perhubungan dan lain lain

Seringkali didapati banyak siswa yang menggunakan media sosial untuk saling berinteraksi sosial antar pengguna media sosial padahal interaksi sosial siswa di lingkungan sekolah sangatlah penting bagi seorang siswa baik itu antar teman sekolah maupun guru. Hal ini tentunya akan berpengaruh pada sistem belajar mengajar maupun hubungan antar siswa dan guru.

Para siswa sering asik sendiri menggunakan media sosial mereka baik itu di jalan, sekolah maupun di rumah tanpa memperhatikan area sekitar mereka hal ini membuat para siswa lebih individualistis, bahkan saat berkumpul bersama teman atau keluarga sering di dapati para siswa tersebut lebih memerhatikan smartphone mereka daripada orang di sekitar.

Instagram di era sekarang ini sangat di minati karena media sosial ini lebih fokus pada foto dan video yg berdurasi pendek di bandingkan media sosial lain yang berfokus pada kicauan, perkataan atau status sehingga instagram lebih mudah di gunakan dan di nikmati, di tambah para artis lokal maupun manca Negara serta klub – klub olah raga international saat ini telah memiliki akun instagram sehingga para siswa dapat mengetahui kegiatan idolanya melalui foto dan video yang di unggah akun tersebut.

Para siswa juga bisa mengunggah foto atau video yang unik dan menarik baik itu dirinya, orang lain, bangunan atau sebuah momen sehingga para pengguna instagram lain dapat melihatnya dan membuat akunnya menjadi lebih terkenal.

Sering dalam perkembangannya, *instagram* memiliki banyak fungsi yang dapat dinikmati oleh penggunanya, namun disisi lain *instagram* juga memiliki sifat merubah prilaku penggunanya (konsumen) siswa khususnya siswa SMA negeri 1 manado jurusan IPA angkatan 2012

Untuk itulah saya sebagai peneliti ingin sekali mendalami tentang bagaimana pengaruh Instagram tersebut dalam menunjang interaksi social para siswa SMA negeri 1 manado jurusan IPA angkatan 2012

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Massa

Dalam Rahmat (2005; 186) "komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang". Sedangkan Dominick (1996) mengutarakan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah organisasi kompleks yang dengan bantuan dari satu atau lebih mesin membuat dan menyebarkan pesan public yang ditujukan pada audiens berskala besar serta bersifat heterogen dan tersebar. Dari beberapa definisi tersebut maka dapat di simpulkan bahwa komunikasi massa merupakan kegiatan seseorang atau suatu organisasi yang memproduksi serangkaian pesan dengan bantuan mesin disebarkan kepada khalayak yang bersifat anonym, heterogen dan tersebar.

Teori Uses and Gratifications

Pemikiran yang pertama kali di kemukakan oleh Sven Windahl (1979) ini merupakan sintesis antara pendekatan anatara pendekatan *uses and gratifications* dan teori tradisional

mengenai efek. Konsep *use* (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dalam pemikiran ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Syaiful Rohim (2009; 189)

Uses and Gratifications Model (Model Kegunaan dan Kepuasan) merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interests*) individu. Isti Nursih Wahyuni (2014; 28)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian Deskriptif. Menurut (Nawawi dan Martini, 1994;72) metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki, dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang, berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa, ia tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. (Rahmat, 1995;24)

Variabel Penelitian

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini hanya 1 variabel (variabel tunggal). Definisi operasional dari peranan media social instagram dalam interaksi sosial di SMA negeri 1 manado jurusan ipa angkatan 2012.

Indikator – indikatornya sebagai berikut:

1. Instagram sebagai sarana diversion atau pelepasan emosi bagi siswa
2. Instagram sebagai sarana personal relationship yaitu persahabatan antar siswa
3. Instagram sebagai personal identity atau refrensi diri bagi para siswa
4. Instagram sebagai bentuk pencarian informasi untuk siswa
5. Instagram sebagai sarana Imitasi antar siswa
6. Instagram mensugesti perilaku siswa
7. Instagram menjadi sarana identifikasi siswa terhadap orang – orang yang diinginkannya
8. Instagram sebagai sarana simpati antar siswa

Populasi dan Sampel

Yang dimaksud dengan populasi adalah: objek dan subjek mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono; 55). Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa jurusan IPA angkatan 2012 yang melalui data yang diperoleh berjumlah 335 siswa.

Sampel yang dimaksud adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (sugiyono; 56). Menurut Suharsimi Arikunto (1993;107) menyatakan bahwa

apabila subyeknya besar dan tidak dapat dijangkau semuanya, maka ditarik sampel 10 – 15%. Berdasarkan data populasi diatas, dalam penelitian ini jumlah populasi adalah 335 orang maka peneliti menentukan 12% sampel dari jumlah populasi yaitu 40 siswa di SMA negeri 1 manado jurusan IPA angkatan 2012

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner yaitu sumber daftar pertanyaan disusun untuk para responden yang berkenan mengisinya, terutama ba siswa SMA negeri 1 manado jurusan IPA angkatan 2012 yang menjadi objek penelitian. Kuesioner ini disusun dalam bentuk kalimat yang mudah untuk dipahami oleh responden

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini analisis yang di gunakan adalah analisis statistic deskriptif yaitu analisis yang digunakan presentase dengan rummus:

$$P = \frac{F}{N} * 100\%$$

Keterangan:

P = Presentase

F = Frekuensi

N = Sampel

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Dari jumlah populasi 335 orang, peneliti menarik 12% (40 orang) sampel untuk dijadikan responden pada penelitian ini. Lalu kuesioner dijalankan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti. Setelah data terkumpul, semua data ini dianggap valid untuk diolah. Keseluruhan kuesioner yang didapat oleh peneliti berasal dari siswa SMA Negeri 1 Manado angkatan 2012 jurusan IPA. Bahwa jumlah responden pada penelitian ini adalah 25% laki – laki dan sisanya 75% adalah perempuan. usia 17 tahun lebih banyak responden dibandingkan yang lainnya dengan jumlah 30 orang

Interaksi Sosial para Siswa di Lingkungan SMA Negeri 1 Manado

1. Instagram dianggap dapat menjadi sarana pelepasan emosi bagi siswa SMA Negeri 1 Manado dibuktikan dari data yang diperoleh bahwa siswa yang menggunakan instagram untuk melepaskan emosi berjumlah 27 siswa atau 65% sedangkan yang mengatakan kadang – kadang berjumlah 9 siswa atau 22,5% dan yang mengatakan tidak hanya 5 siswa atau 12,5%.
2. Instagram dianggap berperan dalam persahabatan antar siswa dengan 57,5% atau 23 siswa mengatakan setuju akan dan 42,5% atau 17 siswa yang sangat setuju akan hal itu penulis berpendapat hal ini dikarenakan dengan saling berbagi momen dalam bentuk foto atau video dapat membantu kedekatan antar individu dengan yang lain.
3. Akun instagram milik siswa dianggap dapat menjadi identitas personal siswa terbukti dengan 67,5% atau 27 siswa menggunakan akunya sebagai identitas personal

sehingga siswa dengan followers yang lebih banyak akan terkenal di kalangan sekolah terbukti dengan data yang mengatakan bahwa 26 siswa atau 65% senang memiliki followers yang banyak.

4. Para siswa menggunakan instagram lebih banyak untuk mencari informasi yang berhubungan dengan hiburan ketimbang dengan informasi yang lainnya.
5. Instagram juga kadang – kadang jadi ajang saling meniru postingan satu sama lain antar siswa ini di buktikan dengan 82,5% atau 33 siswa mengatakan mereka kadang – kadang melakukannya.
6. Siswa juga menganggap instagram mungkin dapat mengubah perilaku mereka dengan 62,5% atau 25 orang mengatakan instagram mungkin dapat merubah perilaku mereka.
7. Para siswa juga kadang – kadang suka mengidentifikasi artis, karakter film atau kartun yang mereka sukai dan mereka menganggap instagram mungkin bisa membantu hal itu terjadi karena instagram adalah media sosial yang berfokus pada foto dan video sehingga para penggunanya dapat melihat satu sama lain lebih sering.
8. Postingan- postingan yang ada di instagram juga bisa memicu simpati para siswa tentang apa yang terjadi di postingan itu hal ini di buktikan dengan 67,5% atau 27 siswa menganggap postingan di instagram dapat membuat mereka bersimpati.

Media Sosial Instagram Peranannya dalam Interaksi Sosial antar Siswa

1. Para siswa sering menggunakan media sosial instagram dan lebih menyukainya ketimbang media sosial yang lainnya.
2. Siswa menggunakan instagram untuk mencari tau tentang hal yang di inginkan baik itu suatu hiburan atau kabar terbaru dari idolanya atau tokoh panutannya. Postingan yang ada di instagram dapat memancing simpati siswa dan juga kedekatan antar siswa tergantung apa yang di posting di akun mereka.

Analisa akhir Data Peranan instagram dalam interaksi antar sosial siswa

1. Siswa SMA Negeri 1 Manado angkatan 2012 jurusan ipa 67,5% berpendapat Instagram berperan dalam interaksi sosial mereka di lingkungan sekolah.
2. Sebagian lagi terdapat 12,5% yang menganggap mungkin berperan dan 20% yang beranggapan tidak berperan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diuraikan pada BAB IV dan beberapa penjelasan dari Bab – Bab sebelumnya, juga berdasarkan latar belakang masalah bahwa Media sosial instagram dapat berperan dalam interaksi sosial antar siswa baik itu positif maupun negatif tergantung pada pemakaian siswa itu sendiri maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Media sosial instagram adalah salah satu media sosial yang paling digandrungi oleh para siswa saat ini.
2. Instagram dapat di jadikan sarana melepaskan emosi para siswa dan dapat di gunakan untuk memperkuat persahabatan antar kalangan siswa.

3. Instagram lebih sering digunakan untuk mencari informasi yang berhubungan dengan hiburan.
4. Proses saling meniru dan mengidentifikasi masih sering di temui di kalangan para sis.
5. Akun instagram yang memiliki followers banyak di sukai oleh kalangan siswa sehingga siswa yang memilikinya akan bangga atas hal tersebut.
6. Postingan- postingan yang ada di instagram dapat membuat para siswa bersimpati dan memungkinkan mengubah perilaku siswa akan hal – hal yang di posting di instagram.
7. Dengan adanya instagram , siswa SMA Negeri 1 manado angkatan 2012 jurusan ipa sekitar 67,5% mengatakan media sosial tersebut berperan dalam interaksi sosial mereka di sekolah.
8. Terdapat 12,5% siswa yang menganggap instagram mungkin berperan dalam interaksi sosial mereka dan 20% yang merasa tidak berperan.

Jadi, efek yang di timbulkan oleh instagram terhadap para siswa beragam baik itu untuk melepaskan emosi, memperkuat pertemanan mencari hal yang diinginkan para siswa baik itu benda atau seseorang instagram juga dapat membuat seseorang bersimpati akan postingan – postingan yang ada di dalamnya dan mungkin juga dapat merubah perilaku para siswa followers yang banyak dapat membuat siswa bangga akan akun yang di miliknya tergantung penggunaannya instagram dapat menjadi hal menarik dan membantu siswa dalam berinteraksi satu sama lain tergantung pemakaiannya jika pemakaian media sosial di gunakan untuk hal yang positif tentu akan berdampak positif bagi siswa begitupun sebaliknya

Saran

1. Pergunakan instagram selayaknya media sosial lainnya tidak berlebihan dan sesuai kegunaannya tidak dipakai sebagai alat untuk menghina atau merendahkan orang lain.
2. Media sosial instagram memberikan postingan – postingan yang tidak selamanya positif tergantung siapa saja yang anda follow dan apa yang anda ingin cari.
3. Untuk siswa, memiliki followers yang banyak memang menyenangkan tapi ingat itu hanya orang – orang asing yang menyukai postingan anda bukan orang yang menyukai anda secara langsung.
4. Tingkatkanlah interaksi satu sama lain secara langsung ketimbang hanya antar media sosial karena media sosial hanya sarana yang di peruntuhkan untuk berinteraksi dengan orang yang berada di tempat yang berjauhan.
5. Media sosial saat ini sangat di minati para siswa dan dapat berperan dalam interaksi mereka satu sama lain, namun media sosial juga bisa menjadi kawan dan lawan bagi para siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- A, W Gerungan. 1988. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Eresco.
- A.W Widjaja. 1986. *Komunikasi: Komunikasi dan hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bina Cipta.
- Abdulsyani. 2007. *Sosiologi: Skematika, Teori dan Terapan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Adler, Ronald B. Jeung George Rodman 2006. *Understanding Human Communication*. Oxford University Press
- Ahmadi, Abu. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta

- Alo Liliweri, 2003. *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, Anwar, 1992. *Komunikasi Politik dan Pers Pancasila*, Jakarta: Media Sejahtera.
- Arikunto, Suharsimi.1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bimo Walgito. (1991). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Cangara, H Hafied. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Denis McQuail (2005). *McQuail's. Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya CV.
- Gunawan, Ary H., 2000, *Sosiologi Pendidikan: Suatu Analisis Sosiologi tentang Berbagai Problem Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasjir, Anidal 2003. *Kamus istilah sosiologi*. Jakarta: Progres bekerja sama dengan Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional.
- Kaplan, Andreas M., Michael Haenlein. 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*.
- Karlinah, dkk. 1999. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Katz, E., Blumer J. G. Dan Gurevitch, M. 1974. 'Utilization of mass communication by the individual,' dalam J.G. Blumer dan E. Katz (eds), *The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills: Sage.
- McQuail, Denis. 1996. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari dan Mimi Martini. 1994. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nursih, Isti. 2014. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- O'Reilly, Tim, (2005) <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin dan Arko K. Suka.1983. *Seri Penelitian Komunikasi dan Analisis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rahmat, Jalaludin. 1995. *Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Pustaka Jaya
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soekanto Reksohadiprodjo, 2001, *Manajemen Personalia* , Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Sugiyono. 2004. *Metode penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Astrid S. 1977. *Komunikasi kontemporer*. Bandung: Binacipta,
- Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 tentang *Sistem Pendidikan Nasional*.
- Uyung Sulaksana. 2003. *Integrated Market Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
Wikipedia Encyclopedia.

Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol, Canada: O'Reilly Media, Inc