

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Abad ke-2 telah menandai babak baru dalam peradaban manusia dengan munculnya era disrupsi digital yang mengubah secara fundamental tatanan sosial, ekonomi, dan budaya.¹ Menurut laporan terbaru UNESCO (2025), lebih dari 72% populasi global kini terhubung dengan internet, dengan media sosial menjadi platform dominan yang mengatur pola interaksi manusia.² Platform seperti TikTok, Instagram, X (sebelumnya Twitter), dan WhatsApp telah berevolusi dari sekadar alat komunikasi menjadi ekosistem sosial yang kompleks, mengatur mulai dari hubungan personal hingga dinamika politik global.³ Revolusi ini telah melahirkan apa yang disebut sebagai "masyarakat jejaring", di mana identitas individu dan kolektif semakin dibentuk oleh partisipasi mereka di ruang digital.⁴

Generasi Z, yang mencakup mayoritas populasi mahasiswa saat ini, merupakan generasi pertama yang sepenuhnya tumbuh dan berkembang dalam ekosistem digital ini. Sebagai *digital natives*, mereka menganggap media sosial bukan sebagai teknologi tambahan, melainkan sebagai lingkungan alamiah kehidupan sosial. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa 94% Generasi Z merasa lebih nyaman berkomunikasi melalui platform digital dibandingkan interaksi tatap

¹ Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell, h.27

² UNESCO. (2025). "Digital Society Global Report". Paris: UNESCO Publishing.

³ van Dijck, J. (2013). "The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media" (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press, h.5.

⁴ Castells, M. (2015). "The Rise of the Network Society" (3rd ed.). Hoboken: Wiley-Blackwell, h.1.

muka.⁵ Menurut laporan digital Indonesia tahun 2025, We Are Social merilis bahwa sebanyak 43 juta identitas pengguna media sosial tercatat pada Januari 2025, mencakup 50,2% dari total populasi.⁶ Angka ini menegaskan popularitas media sosial sebagai *platform* komunikasi, informasi, dan hiburan utama di Indonesia.



Gambar 1
Pengguna Media Sosial di Indonesia

Dominasi media sosial dalam kehidupan Generasi Z telah menciptakan paradoks komunikasi yang unik. Di satu sisi, mereka adalah generasi paling terhubung secara teknologi dalam sejarah, namun di sisi lain menghadapi tantangan serius dalam komunikasi interpersonal. Sebuah studi yang dilakukan selama lima tahun terhadap 2000 mahasiswa menemukan bahwa 68% responden mengalami kesulitan dalam percakapan tatap muka yang mendalam, sementara 82% mengaku lebih percaya diri saat mengekspresikan diri di media sosial.⁷

⁵ Prensky, M. (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants". New York: McMillan, h.3.

⁶ We Are Social, "Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025", diakses pada 1 Juli 2025 dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>

⁷ Turkle, S. (2017). "Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other" (3rd ed.). New York: Basic Books, h.175.

Fenomena ini diperparah oleh algoritma *platform* yang cenderung menciptakan filter *bubble*, membatasi paparan terhadap perspektif yang beragam.⁸

Dalam konteks akademik, media sosial telah menciptakan transformasi radikal dalam cara mahasiswa mencari dan memproses informasi.⁹ Sebuah penelitian di 5 universitas Asia menemukan bahwa mahasiswa yang bergantung pada konten video pendek untuk belajar cenderung kesulitan melakukan analisis mendalam dibandingkan yang terbiasa membaca jurnal.¹⁰ Pergeseran ini membawa dampak ganda: di satu sisi mempermudah akses informasi, namun di sisi lain berpotensi mengurangi kedalaman pemahaman akibat dominasi konten *microlearning*.¹¹ Penelitian lain menunjukkan bahwa paparan berlebihan terhadap informasi fragmentasi (seperti video pendek atau infografis singkat) mengurangi kemampuan mahasiswa untuk memproses konsep kompleks secara sistematis.¹²

Transformasi digital yang mendorong dominasi media sosial dalam kehidupan Generasi Z telah melahirkan paradoks komunikasi yang krusial, terutama dalam konteks akademik. Gaya komunikasi di platform digital seperti TikTok, Instagram, dan X atau Twitter yang serba cepat, singkat, dan visual

⁸ Pariser, E. (2011). "The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think". London: Penguin Books, h.12.

⁹ Greenhow, C., Galvin, S. M., Brandon, D. L., & Askari, E. (2019). A decade of research on K–12 teaching and teacher learning with social media: Insights on the state of the field. *Teachers College Record*, 121(6), 1–42. <https://doi.org/10.1177/016146811912100606>

¹⁰ Guo, L., Lee, K., & Yang, C. (2024). Short-form videos vs. academic journals: A comparative study of learning outcomes among university students. *Computers & Education*, 210, 104960. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2024.104960>

¹¹ Bennett, W.L. (2011). "Digital Media and the Changing Nature of Knowledge". Cambridge: Cambridge University Press, h.30.

¹² Risko, E. F., Anderson, N. C., Sarwal, A., Engelhardt, M., & Kingstone, A. (2013). Everyday attention: Variation in mind wandering and memory in a lecture. *Applied Cognitive Psychology*, 26(2), 234–242. <https://doi.org/10.1002/acp.1814>

sentris berbeda secara fundamental dengan tuntutan komunikasi akademik yang terstruktur, formal, dan berbasis argumen.¹³ Media sosial membatasi ekspresi dalam bentuk karakter (seperti batas 280 karakter di X) atau durasi (video 5-60 detik di TikTok), mendorong pengguna untuk mengutamakan kecepatan dan kepadatan informasi daripada kedalaman analisis.¹⁴ Sementara itu, komunikasi akademik menuntut presisi bahasa, logika yang runtut, dan kemampuan menyusun argumen berbasis bukti keterampilan yang justru terancam tergerus oleh kebiasaan berkomunikasi dalam media sosial.¹⁵

Kesenjangan ini semakin nyata dalam praktik akademik mahasiswa. Sebuah penelitian ditemukan hasil korelasi negatif antara intensitas penggunaan bahasa gaul atau emoji di media sosial dengan kemampuan menyusun paragraf argumentasi yang koheren.¹⁶ Temuan ini konsisten dengan studi global UNESCO yang menunjukkan penurunan rata-rata panjang tulisan akademik mahasiswa sebesar 40% dalam dekade terakhir, seiring dengan maraknya konten mikro (*microcontent*) di platform digital.¹⁷

¹³ Baron, N.S. (2021). *How We Read Now: Strategic Choices for Print, Screen, and Audio*. Oxford University Press, h.20.

¹⁴ Carr, N. (2020). *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains* (2nd ed.). W.W. Norton, h.70.

¹⁵ Hyland, K. (2024). *Academic Discourse and Global Publishing*. Routledge, h.35.

¹⁶ Thompson, S., & Warschauer, M. (2023). *From tweets to term papers: How social media language affects academic writing*. *Literacy Research Journal*, 12(3), 210-228. <https://doi.org/10.1111/lit.12345>

¹⁷ UNESCO. (2025). *Global Education Monitoring Report: Digital Transformation in Higher Education*.

Dampak lain yang mengkhawatirkan adalah melemahnya budaya diskusi akademik. Media sosial cenderung memfasilitasi komunikasi satu arah (*broadcast communication*) atau interaksi superfisial (*like, share*), bukan dialog mendalam.¹⁸ Observasi awal terhadap mahasiswa KPI IAINU Kebumen menunjukkan bahwa jarangya melakukan diskusi atau kurang aktif dalam diskusi akademik dan lebih nyaman aktif di kolom komentar media sosial daripada pertukaran gagasan kritis di kelas. Padahal, diskusi akademik mensyaratkan kemampuan menyimak, merespons dengan argumen tertib, dan menghargai perbedaan pendapat serta keterampilan yang sulit berkembang di lingkungan algoritmik media sosial.¹⁹

Keterampilan presentasi mahasiswa juga terdampak. Kebiasaan mengonsumsi konten visual singkat di TikTok atau Instagram Reels membuat banyak mahasiswa kesulitan menyusun presentasi yang berbobot. Observasi kepada mahasiswa IAINU Kebumen menunjukkan mahasiswa masih bergantung pada slide yang padat teks dan minim analisis. Padahal, presentasi akademik yang baik membutuhkan penguasaan materi, kemampuan bercerita (*storytelling*), dan penyampaian yang persuasif.²⁰ Masalah lain yaitu mahasiswa dalam survei mengaku lebih sering menggunakan media sosial untuk hiburan daripada keperluan akademik, mengindikasikan rendahnya pemanfaatan *platform* ini sebagai sarana belajar.

¹⁸ Turkle, S. (2015). *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age* (2nd ed.). Penguin, h.160.

¹⁹ Habermas, J. (2019). *The Theory of Communicative Action* (Revisi ed.). Beacon Press, h.90.

²⁰ Duarte, N. (2010). *Resonate: Present Visual Stories that Transform Audiences* (2nd ed.). Wiley, h.50.

Dalam era *digital* saat ini, teori mengenai media sosial terus berkembang seiring dengan kompleksitas dan variasi penggunaannya. Salah satu teori yang relevan adalah teori jaringan sosial (*social network theory*) yang menekankan hubungan antar individu sebagai pusat interaksi dalam media sosial, dengan fokus pada pola dan struktur jaringan yang terbentuk.²¹ Selain itu, teori media sosial mutakhir juga menyoroti peran algoritma dalam membentuk pengalaman pengguna dengan menciptakan *filter bubbles* dan *echo chambers* yang dapat memperkuat bias informasi.²²

Menurut Boyd dan Ellison, media sosial sendiri dapat diklasifikasikan berdasarkan tingkat keterbukaan akses dan privasinya menjadi tiga kategori utama:²³

1. Media Sosial Publik (*Public Social Media*): Media sosial yang bersifat terbuka bagi siapa saja untuk mengakses, seperti Twitter, Facebook (halaman publik), dan Instagram publik. Konten dan interaksi di media ini dapat dilihat oleh pengguna luas tanpa batasan khusus.
2. Media Sosial Semi Privat (*Semi-Private Social Media*): Media sosial yang membatasi akses pada kelompok tertentu atau jaringan terbatas seperti grup Facebook tertutup, LinkedIn, dan WhatsApp grup. Pengguna harus mendapat izin atau menjadi anggota untuk berinteraksi.

²¹ Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge University Press, h.25.

²² Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118.

²³ Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

3. Media Sosial Privat (*Private Social Media*): Media sosial yang interaksinya bersifat sangat terbatas dan privat, misalnya pesan pribadi (direct messages) di Instagram, WhatsApp pribadi, dan aplikasi pesan lainnya yang hanya melibatkan komunikasi antar individu secara tertutup.

Dalam konteks penelitian ini, fokus diambil pada media sosial yang bersifat publik, karena *platform* publik ini memiliki pengaruh luas dan berpotensi membentuk keterampilan komunikasi akademik mahasiswa melalui interaksi yang lebih terbuka dan beragam. *Platform* publik seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memungkinkan penyebaran konten edukatif maupun non-akademik secara luas dan menjadi arena utama mahasiswa dalam berpartisipasi sosial dan akademik secara digital. Jukkan dominasi *platform* ini dalam komunikasi sehari-hari terutama di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, pemilihan *platform* media sosial publik menjadi krusial untuk dipahami dalam kaitannya dengan pengaruhnya terhadap komunikasi akademik mahasiswa.

Pemilihan mahasiswa KPI IAINU Kebumen angkatan 2021-2024 sebagai subjek penelitian memiliki signifikansi temporal yang krusial. Berdasarkan berbagai penelitian di Indonesia, mahasiswa angkatan 2021-2024 yang seluruh masa studinya berlangsung di era pasca pandemi menunjukkan pola belajar yang sangat bergantung pada *platform digital* akibat penerapan model *hybrid learning*.²⁴ Dalam situasi ini, mahasiswa tidak hanya beradaptasi dengan metode pembelajaran baru, tetapi juga terpapar pada berbagai *platform* media sosial yang

²⁴ Putri, Geby Zalbila, dkk. (2021). Pengaruh Model Pembelajaran Hybrid Learning Terhadap Kejenuhan Mahasiswa Fakultas Kedokteran YARSI Angkatan 2021. JMJ Universitas YARSI, h.65.

mempengaruhi cara mereka berinteraksi dan berkomunikasi. Penggunaan media sosial yang intensif dapat memengaruhi keterampilan komunikasi akademik mereka, baik secara positif maupun negatif.²⁵ Laporan UNESCO yang menegaskan bahwa media sosial mengubah pola interaksi sosial dan komunikasi akademik secara fundamental dengan dominasi konten visual dan mikro-learning yang kadang mengurangi kedalaman analisis.²⁶ Studi lain menunjukkan bahwa meskipun generasi Z sangat fasih dalam komunikasi digital, mereka menghadapi kesulitan dalam komunikasi interpersonal tatap muka yang membutuhkan presisi dan konsentrasi lebih tinggi.²⁷ Oleh karena itu, kondisi ini menjadikan mereka sebagai kasus ideal untuk mengkaji dampak digitalisasi terhadap pembentukan kompetensi komunikasi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh penggunaan media sosial terhadap aspek akademik mahasiswa, terutama prestasi akademik dan komunikasi. Suita dan Surya menemukan bahwa durasi penggunaan media sosial sebagai sarana belajar berhubungan positif dengan prestasi akademik, sedangkan penggunaan media sosial sebagai hiburan berpengaruh negatif terhadap prestasi tersebut.²⁸ Penelitian Nurjalia di UIN Ar-Raniry juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan media sosial terhadap prestasi akademik mahasiswa, dengan hasil korelasi positif antara intensitas penggunaan media sosial dan IPK

²⁵ Putri, S. R., Sugiarto, R. D., & Anshori, I. (2024). Peran Media Sosial dalam Mengubah Pola Komunikasi dan Relasi Antar Individu di Kalangan Mahasiswa FISIP UINSA. *JASIMA: Jurnal Komunikasi Korporasi dan Media*, 5(2).

²⁶ UNESCO. (2025). *Digital Society Global Report*. Paris: UNESCO Publishing.

²⁷ Turkle, S. (2017). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books, h.175.

²⁸ Suita Allemina Gloria & Surya Akbar. (2019). *The Impact of Social Media Usage to Academic Performance*. *Jurnal Pendidikan Kedokteran Indonesia*, Vol. 8, No. 2.

mahasiswa.²⁹ Selain itu, penelitian di Universitas Pancasakti Makassar menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial secara baik dapat meningkatkan prestasi akademik mahasiswa melalui dukungan komunikasi dan akses informasi yang lebih mudah.³⁰

Meskipun banyak penelitian telah membahas hubungan antara penggunaan media sosial dan prestasi akademik, sebagian besar fokus masih pada aspek kuantitatif seperti durasi penggunaan dan pengaruhnya terhadap IPK, tanpa mengkaji secara mendalam bagaimana pemilihan platform media sosial tertentu memengaruhi kemampuan komunikasi akademik mahasiswa secara spesifik. Selain itu, penelitian-penelitian tersebut umumnya bersifat umum dan tidak secara khusus meneliti kelompok mahasiswa angkatan tertentu yang masa studinya berlangsung di era pasca pandemi dengan sistem hybrid learning, seperti mahasiswa KPI IAINU Kebumen angkatan 2021-2024 yang memiliki karakteristik penggunaan media sosial dan komunikasi akademik yang unik.

Lebih jauh, belum banyak penelitian yang mengintegrasikan variabel intensitas penggunaan dan pemilihan platform media sosial secara bersamaan dalam konteks kemampuan komunikasi akademik, sehingga masih terdapat kekurangan pemahaman mengenai bagaimana kedua faktor ini berinteraksi dan memengaruhi komunikasi akademik mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji secara komprehensif

²⁹ Nurjalia. (2018). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa*. Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, h.27.

³⁰ Taufik, Akbar & Muthmainnah Asmal. (2023). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Pendidikan Matematika*. Jurnal ELIPS, Universitas Pancasakti Makassar, Vol.4, No.2, h.163.

pengaruh intensitas penggunaan dan pemilihan platform media sosial terhadap kemampuan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen angkatan 2021-2024, guna memberikan gambaran yang lebih spesifik dan kontekstual.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh intensitas dan pemilihan *platform* media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis menggunakan teori yang sudah ada untuk kemudian dianalisis menggunakan teori uses and gratification. Teori U&G menekankan bahwa pengguna media bersifat aktif dalam memilih media yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan dan motivasi pribadi, seperti mencari informasi, hiburan, interaksi sosial, dan pemecahan masalah.³¹ Maka, dari penjelasan diatas, diharapkan peneliti dapat mengetahui apakah ada pengaruh dari intensitas penggunaan dan pemilihan *platform* media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen angkatan 2021-2024.

B. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas tinjauan dan melebar pembahasannya, maka perlu adanya pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah pada penelitian ini adalah pengaruh intensitas penggunaan dan pemilihan *platform* media sosial dengan objek penelitiannya adalah mahasiswa aktif KPI IAINU Kebumen angkatan 2021-2024. Mahasiswa KPI IAINU Kebumen angkatan 2021-

³¹ Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, Vol.7, No.4, h.515.

2024 harus memiliki setidaknya 2 media sosial yang aktif digunakan. Pembatasan ini diadakan untuk membuat pembahasan lebih terarah, serta dapat dikaji secara lebih mendalam dan efektif.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh pemilihan *platform* media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen angkatan 2021-2024?
2. Apakah terdapat pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen angkatan 2021-2024?
3. Apakah pemilihan *platform* dan intensitas penggunaan media sosial secara simultan berpengaruh terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen angkatan 2021-2024?

D. Penegasan Istilah

Penegasan istilah digunakan untuk menjelaskan istilah-istilah pokok yang terdapat dalam judul. Beberapa kata kunci permasalahan penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan

seseorang.³² Hal ini menegaskan bahwa pengaruh tidak hanya bersifat pasif, melainkan aktif dalam mengubah atau memengaruhi kondisi atau perilaku subjek yang dipengaruhi. Adapun pengaruh menurut Sugiono pengaruh merupakan daya atau kekuatan yang timbul dari suatu objek (orang, benda, atau variabel) yang dapat membentuk watak, sikap, atau perilaku.³³ Dengan demikian, dalam konteks penelitian pengaruh didefinisikan sebagai hubungan sebab akibat yang menunjukkan bagaimana satu variabel dapat menimbulkan perubahan atau dampak pada variabel lain.

2. Intensitas Penggunaan Media Sosial

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, intensitas adalah ukuran atau tingkat kekuatan dan keteguhan dalam melakukan suatu aktivitas, yang dalam konteks media sosial berarti seberapa kuat dan sering seseorang terlibat dalam aktivitas tersebut.³⁴ Intensitas ini mencakup aspek frekuensi, durasi akses, perhatian, dan penghayatan terhadap media sosial.³⁵ Hal ini diperkuat oleh Fitri Mustika Sari yang menyatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial adalah seberapa sering dan lama seseorang menggunakan media sosial dalam periode waktu tertentu sehingga membentuk pola perilaku yang konsisten.³⁶ Dengan

³² Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. (2022). *Pengaruh*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

³³ Sugiyono. (2001). *Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, h.40.

³⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. (2022). *Intensitas*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

³⁵ Maulida, Syafira, dkk. (2024). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja Karang Taruna RW 06 Kelurahan Bojongbaru*. Universitas Indraprasta PGRI.

³⁶ Sari, Fitri Mustika. (2021). *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau*. Repository Universitas Islam Riau.

demikian, intensitas penggunaan media sosial dapat diartikan sebagai tingkat keterlibatan aktif pengguna dalam aktivitas media sosial yang mencakup frekuensi dan durasi penggunaan.

3. Pemilihan *Platform* Media Sosial

Pemilihan adalah proses atau tindakan menentukan suatu pilihan dari beberapa alternatif yang tersedia berdasarkan kriteria tertentu guna mencapai tujuan yang diinginkan.³⁷ *Platform* media sosial adalah aplikasi atau situs web berbasis digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten serta berkomunikasi secara *real time* dengan pengguna lain.³⁸ Dengan demikian, pemilihan platform media sosial merupakan proses pengguna dalam menentukan media sosial mana yang akan digunakan berdasarkan faktor-faktor seperti jumlah pengguna aktif, tingkat keterlibatan, fitur yang ditawarkan, kemudahan akses, dan tujuan penggunaan.

4. Keterampilan Komunikasi Akademik

Keterampilan adalah kemampuan seseorang untuk melakukan suatu tugas atau aktivitas dengan baik, yang diperoleh melalui latihan, pengalaman, dan pembelajaran.³⁹ Kemudian, komunikasi akademik adalah proses penyampaian dan pertukaran informasi yang terjadi dalam konteks pendidikan atau akademik, baik secara lisan maupun tulisan, yang bertujuan untuk menyampaikan ide,

³⁷ Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, h.40.

³⁸ Veissi, A. (2017). *Penggunaan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Digital*. Jurnal Ilmiah Komunikasi, h.4.

³⁹ Santrock, J. W. (2007). *Educational Psychology*. McGraw-Hill, h.60.

pengetahuan, dan hasil penelitian secara jelas dan sistematis.⁴⁰ Dengan demikian, keterampilan komunikasi akademik merupakan kemampuan seseorang untuk mengekspresikan gagasan, ide, dan informasi secara efektif dan tepat dalam konteks akademik, baik secara lisan maupun tertulis. Hal ini mencakup kemampuan berbicara dengan jelas, mengatur waktu presentasi, menggunakan alat bantu presentasi, menulis karya ilmiah, serta berpartisipasi aktif dalam diskusi akademik.

5. Mahasiswa KPI IAINU Kebumen

Mahasiswa KPI IAINU Kebumen adalah para mahasiswa yang terdaftar di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen. Program studi ini mempelajari ilmu komunikasi dengan landasan nilai-nilai Islam, bertujuan untuk menghasilkan lulusan yang mampu menyampaikan pesan keislaman secara efektif dan inspiratif melalui berbagai media. Dengan demikian, mahasiswa KPI IAINU Kebumen dipersiapkan untuk menjadi komunikator profesional yang memiliki pemahaman mendalam tentang Islam dan mampu berkontribusi positif dalam masyarakat melalui keterampilan komunikasi mereka.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan

- a. Menganalisis pengaruh pemilihan *platform* media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen angkatan 2021-2024.

⁴⁰ Dewi, Erlinda Rahma & Kustiarini.(2022).*Implementasi Model Pembelajaran Two Stay Two Stray (TSTS) Berbasis Peta Konsep Sebagai Upaya Meningkatkan Keterampilan Komunikasi Mahasiswa*. Jurnal Riset Pendidikan Dasar, 05 (2), Oktober 2022 (161-173)

b. Menganalisis pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen angkatan 2021-2024.

c. Menganalisis pengaruh simultan antara intensitas penggunaan dan pemilihan *platform* media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen angkatan 2021-2024.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan

a. Kegunaan Teoritis

Memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi, khususnya dalam memahami hubungan antara penggunaan media sosial dan keterampilan komunikasi akademik mahasiswa di era digital, serta memperkaya literatur mengenai teori *uses and gratifications* dalam konteks pendidikan tinggi.

b. Kegunaan Praktis

Menjadi bahan pertimbangan bagi dosen, pengelola program studi, dan mahasiswa KPI IAINU Kebumen dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial untuk mendukung pengembangan keterampilan komunikasi akademik. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan dalam merancang strategi pembelajaran dan komunikasi yang lebih efektif di lingkungan kampus.

c. Kegunaan Bagi Penulis

Menjadi dasar dan referensi bagi penelitian lanjutan yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh media sosial terhadap aspek-aspek lain dalam

dunia pendidikan, atau memperluas objek dan variabel penelitian serupa di institusi pendidikan lain.

G. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan dasar berfikir untuk mengkaji dan menjelaskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian. Teori-teori ini digunakan untuk menjadi landasan penelitian agar terarah dan memperoleh kebenaran. Adapun teori-teori tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.⁴¹ Dari pengertian diatas, pengertian pengaruh yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang dapat membawa perubahan pada diri seseorang.

2. Intensitas penggunaan media sosial

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial

Penggunaan media sosial dipengaruhi oleh dua kelompok faktor utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu, sementara faktor eksternal berasal dari lingkungan sekitar dan kondisi sosial.

1. Faktor Internal

⁴¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. (2022). *Pengaruh*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

Faktor internal mencakup aspek psikologis dan emosional individu yang mendorong penggunaan media sosial. Menurut Davis, faktor internal meliputi kebutuhan psikologis seperti kebutuhan akan afiliasi sosial, pengakuan, dan ekspresi diri.⁴² Selain itu, faktor seperti motivasi, perasaan kesepian, tingkat stres, dan harga diri juga berperan penting dalam intensitas penggunaan media sosial.⁴³ Penelitian oleh Kuss dan Griffiths menegaskan bahwa individu dengan tingkat kecemasan sosial yang tinggi cenderung menggunakan media sosial sebagai sarana pelarian dan interaksi sosial yang lebih aman.⁴⁴ Dengan demikian, faktor internal dapat disimpulkan sebagai dorongan psikologis dan emosional yang berasal dari dalam diri individu untuk menggunakan media sosial.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal berasal dari pengaruh lingkungan sosial dan teknologi yang memengaruhi perilaku penggunaan media sosial. Menurut Boyd, pengaruh teman sebaya, norma sosial, dan tekanan sosial merupakan faktor eksternal yang kuat dalam menentukan penggunaan media sosial, terutama pada remaja dan dewasa muda.⁴⁵ Selain itu, kemudahan akses teknologi, ketersediaan perangkat, serta informasi dan konten yang menarik juga menjadi faktor pendorong

⁴² Davis, K. (2012). *Social Media and Adolescents' and Young Adults' Mental Health*. *Pediatrics*, 127(4), 800-804.

⁴³ Ryan, T., & Xenos, S. (2011). *Who Uses Facebook? An Investigation into the Relationship Between the Big Five, Shyness, Narcissism, Loneliness, and Facebook Usage*. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664.

⁴⁴ Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). *Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311.

⁴⁵ Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press, h.55.

penggunaan media sosial.⁴⁶ Media sosial juga berfungsi sebagai platform untuk membangun identitas sosial dan berinteraksi dalam komunitas online yang memberikan rasa keterikatan sosial.⁴⁷ Oleh karena itu, faktor eksternal mencakup segala bentuk pengaruh dari lingkungan sosial dan teknologi yang mendorong individu untuk aktif di media sosial.

b. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, intensitas adalah ukuran atau tingkat kekuatan dan keteguhan dalam melakukan suatu aktivitas, yang dalam konteks media sosial berarti seberapa kuat dan sering seseorang terlibat dalam aktivitas tersebut.⁴⁸ Dengan demikian, intensitas penggunaan media sosial dapat diartikan sebagai tingkat keterlibatan aktif pengguna dalam aktivitas media sosial yang mencakup frekuensi dan durasi penggunaan. Berdasarkan hasil penelitian dari Laila yang dikutip dalam skripsi di STIKES BHM, intensitas penggunaan media sosial dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok berdasarkan durasi waktu pemakaian per bulan, yaitu:⁴⁹

1. Light Users (Pengguna Ringan):

Pengguna yang menggunakan media sosial kurang dari 10 jam per bulan.

Kelompok ini biasanya menggunakan media sosial secara terbatas dan tidak

⁴⁶ Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). *The Benefits of Facebook "Friends: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168.

⁴⁷ Papacharissi, Z. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Polity.

⁴⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. (2022). *Intensitas*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

⁴⁹ Laila, S. (2014). *Aspek-Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial*. Dalam Skripsi STIKES BHM, 2020.

terlalu intens, sehingga media sosial tidak menjadi bagian utama dalam aktivitas harian mereka.

2. *Medium Users* (Pengguna Sedang):

Pengguna dengan waktu pemakaian antara 10 hingga 40 jam per bulan. Pengguna dalam kategori ini sudah mulai menjadikan media sosial sebagai bagian dari rutinitas mereka, menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan seperti hiburan, komunikasi, dan mencari informasi.

3. *Heavy Users* (Pengguna Berat):

Pengguna dengan waktu pemakaian lebih dari 40 jam per bulan. Kelompok ini menunjukkan ketergantungan yang cukup tinggi terhadap media sosial, di mana penggunaan media sosial menjadi aktivitas yang sangat dominan dalam keseharian mereka dan berpotensi menimbulkan efek negatif seperti kecanduan.

Intensitas pengguna ini diukur berdasarkan indikator menurut Laila sebagai berikut :⁵⁰

a. Frekuensi

Frekuensi mengacu pada seberapa sering seseorang mengakses atau menggunakan media sosial dalam kurun waktu tertentu, misalnya jumlah kali akses dalam sehari. Frekuensi yang tinggi menunjukkan bahwa pengguna sering membuka media sosial, baik untuk interaksi, mencari informasi, maupun hiburan.

⁵⁰ Laila, S. (2014). *Aspek-Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial*. Dalam Skripsi STIKES BHM, 2020.

Frekuensi ini menggambarkan pola pengulangan perilaku penggunaan media sosial yang dapat menjadi indikator keterikatan pengguna terhadap platform tersebut.

b. Durasi

Durasi adalah lamanya waktu yang dihabiskan seseorang saat menggunakan media sosial dalam satu sesi atau periode tertentu, misalnya jam penggunaan per hari atau per bulan. Durasi yang panjang menunjukkan bahwa pengguna menghabiskan waktu yang signifikan untuk berinteraksi di media sosial, yang bisa berdampak pada perubahan perilaku dan kebiasaan sehari-hari. Durasi ini juga menjadi ukuran seberapa intensif seseorang menggunakan media sosial.

c. Perhatian

Perhatian merupakan tingkat ketertarikan atau fokus seseorang terhadap media sosial saat menggunakannya. Aspek ini mencerminkan seberapa besar keterlibatan mental dan emosional pengguna terhadap konten atau aktivitas di media sosial. Perhatian yang tinggi berarti pengguna benar-benar fokus dan merasa terhubung dengan apa yang mereka lihat atau lakukan di media sosial, bukan sekadar membuka tanpa tujuan yang jelas.

d. Penghayatan

Penghayatan adalah kemampuan pengguna untuk memahami, menyerap, dan menginternalisasi informasi yang diperoleh dari media sosial sehingga menjadi pengetahuan baru atau memengaruhi sikap dan perilaku. Penghayatan menunjukkan kedalaman interaksi pengguna dengan media sosial, bukan hanya

sekadar konsumsi informasi secara dangkal, tetapi juga refleksi dan pemaknaan terhadap konten yang diakses.

2. Pemilihan *Platform* Media Sosial

Pemilihan adalah proses atau tindakan menentukan suatu pilihan dari beberapa alternatif yang tersedia berdasarkan kriteria tertentu guna mencapai tujuan yang diinginkan.⁵¹ *Platform* media sosial adalah aplikasi atau situs web berbasis digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten serta berkomunikasi secara *real time* dengan pengguna lain.⁵² Dengan demikian, pemilihan *platform* media sosial adalah proses atau tindakan menentukan satu atau beberapa platform media sosial dari berbagai alternatif yang tersedia berdasarkan kriteria tertentu, dengan tujuan untuk mencapai sasaran komunikasi, interaksi sosial yang diinginkan oleh pengguna.

Pemilihan *platform* media sosial oleh pengguna ini diukur berdasarkan indikator menurut Pratiwi, R., Febriani, et.al yaitu.⁵³

a. Preferensi *Platform* yang Digunakan

Preferensi *platform* mencerminkan pilihan pengguna atau bisnis terhadap media sosial tertentu yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik audiens target. Preferensi ini dipengaruhi oleh popularitas platform,

⁵¹ Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, h.40.

⁵² Veissi, A. (2017). *Penggunaan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Digital*. Jurnal Ilmiah Komunikasi, h.4.

⁵³ Pratiwi, Rika, dkk. (2024). *Pemilihan Platform Media Sosial untuk Bisnis Menggunakan Metode SAW (Simple Additive Weighting)*. Premier Informatics Engineering. E-ISSN: 9999-9999. Volume 1 Issue 1. Doi : doi.org/premier.v1i1.1

demografi pengguna, dan kecocokan fitur dengan tujuan penggunaan. Dalam hal ini, preferensi mahasiswa terhadap platform media sosial tertentu dapat memengaruhi kemampuan komunikasi akademik mereka. Mahasiswa cenderung memilih *platform* yang familiar dan banyak digunakan oleh rekan sejawat maupun pengajar.

b. Tujuan Pemilihan *Platform*

Tujuan pemilihan *platform* berkaitan dengan alasan utama mengapa *platform* tersebut dipilih, seperti untuk meningkatkan kesadaran merek, penjualan, interaksi pelanggan, atau edukasi. Setiap tujuan membutuhkan platform dengan karakteristik yang mendukung. Tujuan mahasiswa dalam memilih *platform* media sosial sangat memengaruhi dampak terhadap komunikasi akademik. Jika tujuannya adalah untuk mencari informasi edukatif, berdiskusi akademik, atau mengakses sumber belajar, media sosial dapat menjadi alat yang positif. Sebaliknya, jika media sosial digunakan terutama untuk hiburan atau interaksi sosial yang tidak relevan dengan pembelajaran, hal ini dapat mengganggu konsentrasi dan menyebabkan penundaan tugas akademik.

c. Kemudahan Akses *Platform*

Kemudahan akses meliputi seberapa mudah pengguna dapat mengakses dan menggunakan *platform* tersebut, termasuk antarmuka yang *user friendly*, kecepatan aplikasi, serta ketersediaan di berbagai perangkat. *Platform* yang mudah diakses akan meningkatkan kenyamanan pengguna dan frekuensi penggunaan, sehingga mendukung efektivitas komunikasi dan pemasaran.

Kemudahan akses media sosial berperan penting dalam pemanfaatannya untuk komunikasi akademik. Kemudahan ini memungkinkan mahasiswa untuk dengan cepat mengakses informasi, berkomunikasi, serta berkolaborasi dalam diskusi akademik. *Platform* yang mudah diakses dan digunakan, bahkan dari perangkat seluler, dapat mempermudah mahasiswa dalam menyelesaikan tugas kuliah dan mendapatkan informasi yang diperlukan berkaitan dengan pembelajaran. Namun, kemudahan akses ini juga bisa menjadi bumerang, di mana akses yang terlalu mudah dapat meningkatkan risiko distraksi dan penggunaan yang berlebihan, sehingga mengalihkan perhatian dari tugas-tugas akademik.

d. Fitur Pendukung *Platform*

Fitur pendukung adalah berbagai layanan dan fasilitas yang disediakan *platform*, seperti fitur iklan, *analytics*, *live streaming*, story, dan integrasi dengan aplikasi lain. Fitur-fitur yang disediakan oleh *platform* media sosial juga berdampak pada kemampuan komunikasi akademik. Fitur seperti kemampuan berbagi file, membuat grup diskusi, atau melakukan siaran langsung dapat mendukung proses pembelajaran dan kolaborasi. Media sosial memungkinkan diskusi online dan berbagi materi, serta mempercepat pertukaran informasi. Namun, penggunaan fitur-fitur yang mengarah pada konsumsi konten hiburan atau interaksi yang tidak formal secara berlebihan dapat memengaruhi kualitas bacaan dan penggunaan bahasa tidak formal, yang pada gilirannya dapat menurunkan kemampuan menulis dan berpikir kritis dalam konteks akademik.

3. Keterampilan Komunikasi Akademik

Keterampilan adalah kemampuan seseorang untuk melakukan suatu tugas yang diperoleh melalui latihan, pengalaman.⁵⁴ Kemudian, komunikasi akademik adalah proses penyampaian dan pertukaran informasi yang terjadi dalam konteks pendidikan atau akademik, baik secara lisan maupun tulisan, yang bertujuan untuk menyampaikan ide, pengetahuan, dan hasil penelitian secara jelas dan sistematis.⁵⁵ Dalam hal ini, keterampilan komunikasi akademik mencakup kemampuan berbicara dengan jelas, mengatur waktu presentasi, menggunakan alat bantu presentasi, menulis karya ilmiah, serta berpartisipasi aktif dalam diskusi akademik. Keterampilan komunikasi akademik ini diukur berdasarkan indikator menurut Dewi & Kustiarini.⁵⁶

a. Kemampuan menyampaikan ide secara lisan

Indikator ini mencakup kemampuan mahasiswa untuk mengungkapkan gagasan, pendapat, atau informasi secara verbal dengan jelas, singkat, dan mudah dimengerti. Kemampuan ini meliputi aspek seperti bertanya, menjawab pertanyaan, memberi tanggapan, menyanggah jawaban, serta mempresentasikan hasil diskusi. Penyampaian ide secara lisan yang efektif ditandai dengan intonasi suara yang jelas dan kemampuan menyampaikan pesan secara padat dan terstruktur sehingga audiens dapat memahami maksud pembicara dengan baik.

⁵⁴ Santrock, J. W. (2007). *Educational Psychology*. McGraw-Hill, h.60.

⁵⁵ Dewi, Erlinda Rahma & Kustiarini. (2022). *Implementasi Model Pembelajaran Two Stay Two Stray (TSTS) Berbasis Peta Konsep Sebagai Upaya Meningkatkan Keterampilan Komunikasi Mahasiswa*. *Jurnal Riset Pendidikan Dasar*, 05 (2), Oktober 2022 (161-173)

⁵⁶ Dewi, Erlinda Rahma & Kustiarini. (2022). *Implementasi Model Pembelajaran Two Stay Two Stray (TSTS) Berbasis Peta Konsep Sebagai Upaya Meningkatkan Keterampilan Komunikasi Mahasiswa*. *Jurnal Riset Pendidikan Dasar*, 05 (2), Oktober 2022 (161-173)

b. Kemampuan menulis akademik

Kemampuan ini berkaitan dengan keterampilan mahasiswa dalam menyusun tulisan yang sistematis, logis, dan sesuai dengan kaidah akademik. Mahasiswa diharapkan mampu menuliskan hasil akhir diskusi, membuat kesimpulan, serta mengorganisasi ide secara runtut dan koheren. Tulisan akademik yang baik juga mencerminkan kemampuan menginterpretasikan informasi dan menyajikan argumen secara tertulis dengan bahasa yang tepat dan formal.

c. Kemampuan berargumentasi dan berdiskusi

Indikator ini menilai kemampuan mahasiswa dalam mengemukakan pendapat yang didukung oleh alasan atau bukti secara kritis dan logis dalam forum diskusi. Mahasiswa juga diharapkan mampu mendengarkan pendapat orang lain, memberikan tanggapan yang konstruktif, serta menyanggah argumen lawan secara sopan dan berbobot. Keterampilan berargumentasi yang baik menunjukkan kemampuan berpikir kritis dan komunikasi interpersonal yang efektif dalam konteks akademik.

d. Penggunaan bahasa formal akademik

Penggunaan bahasa formal akademik mencakup kemampuan mahasiswa untuk menggunakan bahasa yang sesuai dengan norma dan kaidah akademik, baik dalam komunikasi lisan maupun tulisan. Bahasa formal ini meliputi penggunaan istilah teknis, struktur kalimat yang baku, serta gaya bahasa yang objektif dan

sopan. Penggunaan bahasa formal akademik penting untuk menjaga kredibilitas dan profesionalisme dalam komunikasi akademik.

4. Mahasiswa KPI IAINU Kebumen

Mahasiswa KPI IAINU Kebumen adalah para mahasiswa yang terdaftar di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen. Program studi ini mempelajari ilmu komunikasi dengan landasan nilai-nilai Islam, bertujuan untuk menghasilkan lulusan yang mampu menyampaikan pesan keislaman secara efektif dan inspiratif melalui berbagai media. Dengan demikian, mahasiswa KPI IAINU Kebumen dipersiapkan untuk menjadi komunikator profesional yang memiliki pemahaman mendalam tentang Islam dan mampu berkontribusi positif dalam masyarakat melalui keterampilan komunikasi mereka.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa yang akan menjadi objek penelitian adalah mahasiswa aktif KPI IAINU Kebumen, angkatan 2021-2024. Dalam hal ini, mahasiswa KPI sebagai anak komunikasi yang terkenal menjadi pengguna aktif media sosial.

5. Teori Uses and Gratifications

Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori Uses and Gratifications dari tokoh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974. Teori *Uses and Gratifications* (UGT) adalah teori komunikasi yang menekankan peran aktif pengguna media dalam memilih dan menggunakan media

untuk memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan tertentu.⁵⁷ Inti dari teori ini adalah bahwa audiens bukanlah penerima pasif pesan media, melainkan agen aktif yang secara sadar memilih media dan konten yang sesuai dengan kebutuhan psikologis dan sosial mereka. Menurut teori ini, pengguna media sosial menggunakan platform tersebut untuk memenuhi beragam kebutuhan.

Menurut teori ini, pengguna media sosial menggunakan platform tersebut untuk memenuhi beragam kebutuhan, antara lain:

- a. Kebutuhan Kognitif (Informasi) : Pengguna mencari informasi dan pengetahuan melalui media, seperti berita, edukasi, atau update terkini.
- b. Kebutuhan Afektif (Emosional) : Media digunakan untuk hiburan, relaksasi, atau pelarian dari tekanan sehari-hari.
- c. Kebutuhan Personal (Identitas Pribadi) : Media membantu individu membangun dan memperkuat identitas diri, misalnya melalui interaksi dengan komunitas yang sejalan dengan nilai atau gaya hidup mereka.
- d. Kebutuhan Sosial (Integrasi Sosial) : Media sosial digunakan untuk menjalin dan mempertahankan hubungan sosial dengan keluarga, teman, dan komunitas.
- e. Kebutuhan Pelarian : Media menjadi sarana untuk melupakan masalah atau stres dengan sementara waktu.

⁵⁷ Gramedia.com. (2024). *Teori Uses and Gratification: Konsep dan Lima Asumsi Dasar*. Diakses pada 3 Juli 2025 dari <https://www.gramedia.com/literasi/teori-used-and-gratification/>

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami bahwa teori uses and gratifications penggunaan media didorong oleh adanya kebutuhan dan tujuan yang ditentukan oleh penggunanya. Pengguna sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media tersebut serta akibat atau konsekuensi jika menggunakan media yang dipilih. Hal tersebut yang akhirnya memberikan dampak positif maupun negatif tergantung penggunanya.

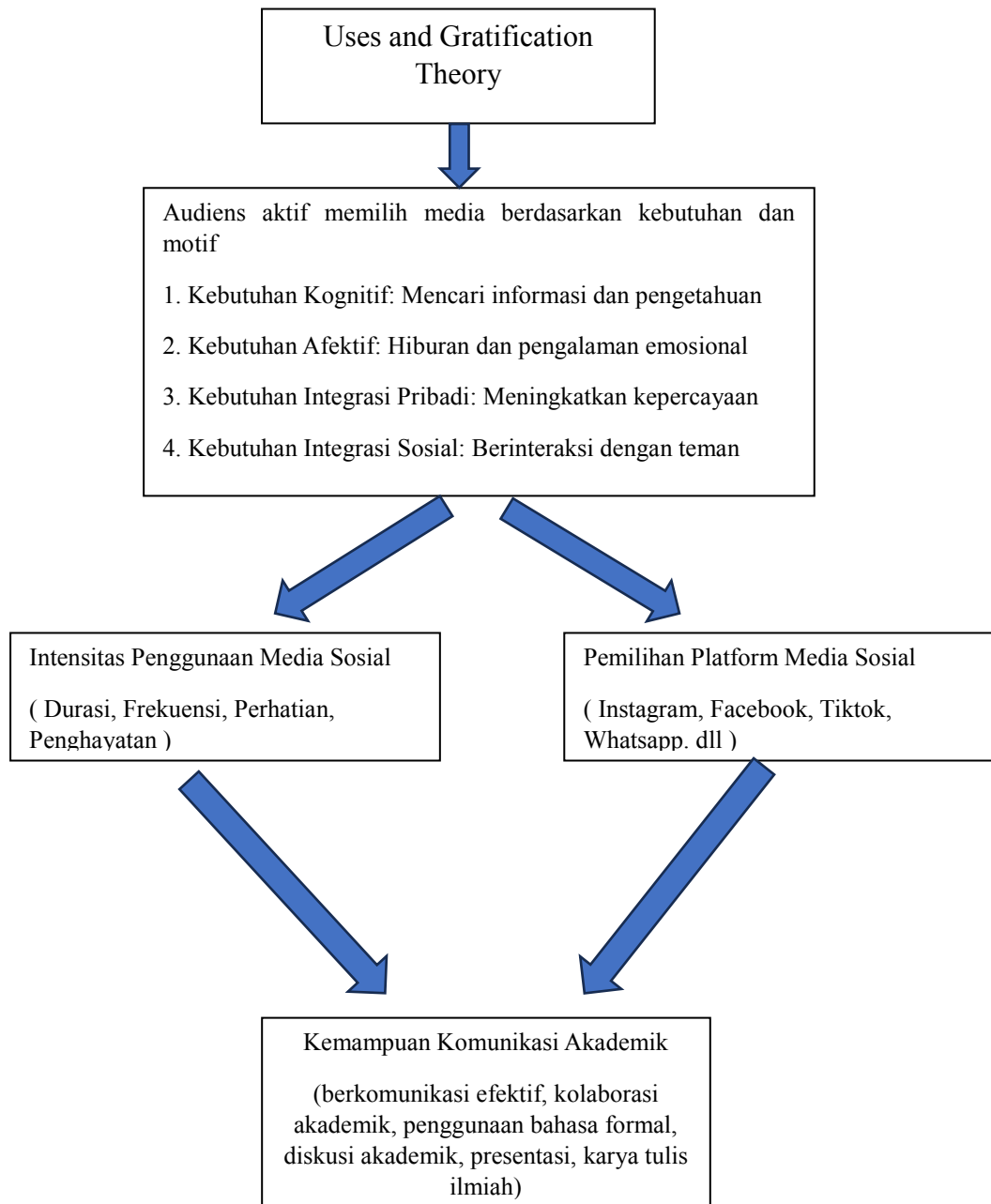
6. Pengaruh Pemilihan *Platform* dan Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Keterampilan Komunikasi Akademik

Intensitas penggunaan media sosial dan pemilihan platform media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa, yang dapat dianalisis melalui teori *Uses and Gratifications*. Teori ini menyatakan bahwa pengguna media bersifat aktif dalam memilih media yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan mereka, termasuk dalam konteks akademik. Mahasiswa memilih dan menggunakan *platform* media sosial yang paling sesuai untuk memenuhi kebutuhan komunikasi dan belajar mereka, seperti WhatsApp untuk diskusi kelompok atau YouTube untuk mencari materi pembelajaran. Dengan pemilihan platform yang tepat, mahasiswa dapat memaksimalkan interaksi akademik, mempercepat pertukaran informasi, dan meningkatkan kemampuan mereka dalam menyampaikan ide secara lisan maupun tulisan.

Berdasarkan uraian di atas dapat digambarkan dalam sebuah grafik untuk mempermudah dalam memahami pengaruh intensitas penggunaan dan pemilihan

platform media sosial terhadap kemampuan komunikasi akademik mahasiswa KPI

IAINU Kebumen sebagai berikut :



Gambar 2

Teori Uses & Gratification

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan pernyataan sementara yang didasarkan pada landasan teori dan temuan penelitian terdahulu, yang akan diuji kebenarannya melalui analisis data empiris. Dalam konteks penelitian mengenai pengaruh pemilihan *platform* dan intensitas penggunaan media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen Angkatan 2021-2024, hipotesis disusun berdasarkan kajian mendalam terhadap teori komunikasi, media sosial, serta hasil riset relevan terbaru.

Menurut teori Uses and Gratifications, individu menggunakan media sosial sesuai dengan kebutuhan dan tujuan komunikasinya.⁵⁸ Pemilihan platform yang tepat dan intensitas penggunaan media sosial diyakini dapat memengaruhi kemampuan komunikasi seseorang, khususnya dalam konteks akademik yang menuntut penyampaian informasi secara terstruktur, argumentatif, dan ilmiah.⁵⁹ Media sosial yang digunakan secara efektif dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa untuk berdiskusi, bertukar pendapat, dan meningkatkan keterampilan berkomunikasi secara akademik.⁶⁰

Namun, penggunaan media sosial yang intensif tanpa memilih platform yang sesuai dan tidak terkontrol dapat memberikan dampak negatif seperti penurunan kualitas komunikasi akademik maupun ketergantungan terhadap format komunikasi yang cenderung singkat dan kurang mendalam (UNESCO,

⁵⁸ Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.

⁵⁹ Nugroho, B. P. (2024). Dasar-Dasar Komunikasi Media Sosial. *Yogyakarta: Pustaka Media*, h.40.

⁶⁰ Mendoza, M. D., Hutajulu, O. Y., Lubis, A. R., Rahmadani, R., & Putri, T. T. A. (2025). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dalam Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informatika*.

2025). Oleh karena itu, hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan pemilihan platform perlu dianalisis secara simultan untuk menggambarkan dampak nyata terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa.

Beberapa studi yang terkait turut menguatkan hipotesis penelitian ini. Misalnya, penelitian Nurjalia di UIN Ar-Raniry menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial dengan prestasi akademik mahasiswa.⁶¹ Hasil lain dari Mendoza menegaskan bahwa platform media sosial yang tepat dapat meningkatkan proses pembelajaran dan kemampuan komunikasi mahasiswa secara akademik.⁶² Sedangkan penelitian UNESCO menyoroti adanya risiko penurunan kualitas komunikasi yang diakibatkan oleh penggunaan media sosial yang tidak terarah dan berlebihan.⁶³

Berdasarkan kajian teori dan temuan penelitian terkait di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

Ha :

1. Adanya pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen Angkatan 2021-2024.
2. Adanya pengaruh pemilihan *platform* media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen Angkatan 2021-2024.

⁶¹ Nurjalia, U. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa. *Repository UIN Ar-Raniry*.

⁶² Mendoza, M. D., Hutajulu, O. Y., Lubis, A. R., Rahmadani, R., & Putri, T. T. A. (2025). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dalam Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informatika*.

⁶³ UNESCO. (2025). Digital Transformation and Education. *UNESCO Publication*.

3. Adanya pengaruh intensitas dan pemilihan *platform* media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen Angkatan 2021-2024.

Ho :

1. Tidak adanya pengaruh dari intensitas penggunaan media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen Angkatan 2021-2024.

2. Tidak adanya pengaruh dari pemilihan *platform* media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen Angkatan 2021-2024.

3. Tidak adanya pengaruh dari intensitas dan pemilihan *platform* media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen Angkatan 2021-2024.

Hipotesis ini akan diuji secara empiris dalam penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dan teknik analisis regresi untuk memperoleh kesimpulan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti fenomena sosial dengan mengumpulkan data dalam bentuk angka atau data yang dapat

diukur secara kuantitatif.⁶⁴ Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan teori yang relevan melalui analisis statistik. Proses penelitian kuantitatif bersifat linier dan sistematis, dimulai dari perumusan masalah, pengkajian teori, penyusunan hipotesis, pengumpulan data dari populasi atau sampel yang representatif, analisis data menggunakan teknik statistik, hingga penarikan kesimpulan yang menjawab rumusan masalah.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau memaparkan fenomena, kejadian, atau keadaan suatu variabel secara sistematis, faktual, dan akurat berdasarkan data yang dikumpulkan.⁶⁵ Penelitian ini menggunakan data numerik yang dianalisis dengan teknik statistik deskriptif untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai objek penelitian tanpa melakukan analisis hubungan sebab akibat atau membuat generalisasi yang berlaku umum. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analitis yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena sekaligus menguji hubungan antarvariabel, yakni intensitas penggunaan media sosial dan pemilihan *platform* media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen. Menurut Sugiyono, metode deskriptif analitis adalah metode penelitian yang dilakukan dengan cara

⁶⁴ Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, h.40.

⁶⁵ Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, h.20.

mengumpulkan data sebenarnya, kemudian data tersebut disusun, diolah, dan dianalisis untuk memberi gambaran mengenai masalah yang diteliti secara sistematis, faktual, dan akurat.⁶⁶

3. Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan dengan metode regresi linear berganda. Regresi linier berganda adalah teknik analisis statistik yang digunakan untuk meramalkan atau memprediksi perubahan variabel dependen (terikat) berdasarkan dua atau lebih variabel independen (bebas).⁶⁷ Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda karena melibatkan dua variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini, variabelnya terdiri dari pemilihan *platform* media sosial, intensitas penggunaan media sosial dan keterampilan komunikasi akademik.

4. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah segala sesuatu yang menjadi pusat perhatian dalam suatu penelitian yang dipilih dengan tujuan agar peneliti dapat mengumpulkan data, menganalisis, dan menarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian tersebut.⁶⁸ Objek penelitian ini berupa variabel yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu :

⁶⁶ Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, h.105.

⁶⁷ Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, h.45.

⁶⁸ Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, h.39.

a. Variabel Bebas/X (Independen)

Variabel bebas (independen) adalah variabel yang dianggap sebagai penyebab atau faktor yang mempengaruhi variabel lain dalam suatu penelitian. Variabel ini adalah variabel yang diubah oleh peneliti untuk melihat dampaknya terhadap variabel dependen.footnote creswell Terdapat dua variabel bebas (X) pada penelitian ini yaitu, X1 pemilihan *platform* media sosial dan X2 intensitas penggunaan media sosial.

b. Variabel Terikat/Y (Dependen)

Variabel terikat (dependen) adalah variabel yang menjadi fokus pengukuran dalam suatu penelitian. Variabel ini dipengaruhi oleh variabel bebas (independen) dan merupakan hasil atau efek dari perubahan yang terjadi pada variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keterampilan komunikasi akademik.

Selain variabel, dalam penelitian ini juga terdapat populasi dan sampel sebagai objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa KPI IAINU Kebumen Angkatan 2021-2024 yang berjumlah 51 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini akan menggunakan teknik sampel jenuh atau *total sampling*. Teknik sampel jenuh adalah metode pengambilan sampel di mana seluruh anggota populasi dijadikan sampel karena jumlah populasi relatif

kecil dan memungkinkan seluruhnya untuk diteliti secara menyeluruh tanpa harus mengambil sebagian saja.⁶⁹

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Kuesioner adalah alat pengumpulan data berupa daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian secara sistematis dan terukur.⁷⁰ Kuesioner biasanya terdiri dari serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk mendapatkan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Kuesioner yang akan dibagikan kepada responden berupa pertanyaan singkat dengan bentuk jawaban berupa pilihan ganda yang dibuat melalui *google form* berisi tentang variabel-variabel yang diteliti, yaitu pengaruh intensitas dan pemilihan *platform* media sosial terhadap keterampilan komunikasi akademik mahasiswa KPI IAINU Kebumen. Kuesioner yang dibuat terdiri dari 24 pertanyaan yang mengandung indikator sesuai dengan variabel penelitian. Adapun jawaban dari pertanyaan tersebut yaitu menggunakan skala likert 4, berupa jawaban ‘sangat tidak setuju’ diberi skor 1, jawaban ‘tidak setuju’ diberi skor 2, jawaban ‘setuju’ diberi skor 3, dan jawaban ‘sangat setuju’ diberi skor 4.

Keterangan :

⁶⁹ Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, h.85.

⁷⁰ Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, h.193.

Sangat Tidak Setuju (STS) : Pertanyaan yang diberikan sangat tidak sesuai dengan pengalaman atau kejadian pada diri responden.

Tidak Setuju (TS) : Pertanyaan yang diberikan kurang sesuai atau tidak sesuai dengan pengalaman atau kejadian pada diri responden.

Setuju (S) : Pertanyaan yang diberikan sesuai dengan kejadian yang dialami responden.

Sangat Setuju (SS) : Pertanyaan yang diberikan sangat sesuai dengan pengalaman responden.

6. Teknik Analisis Data

Analisis regresi berganda menggunakan hasil pengumpulan data yang akan dihimpun setiap variabel sebagai suatu nilai dari setiap responden dan dapat dihitung melalui program SPSS. Metode penganalisaan data menggunakan perhitungan statistik dan program SPSS untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan apakah dapat diterima atau ditolak, guna mengetahui besarnya pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian analisis regresi yang dipakai adalah analisis regresi linier berganda secara umum data hasil pengamatan.

Metode regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut :

$$Y=a+bX_1+ bX_2+e$$

Keterangan :

a : Konstantan (Nilai Y Apabila $x = 0$)

b : Koefisien Regresi (Nilai Peningkatan atau Penurunan)

X = Intensitas Penggunaan Media Sosial

X2 = Pemilihan Platform Media Sosial

Y = Keterampilan Komunikasi Akademik

e = standar error

Sebelum melakukan teknik analisis data regresi linear berganda dibutuhkan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kuesioner, uji asumsi klasik sebagai pemenuhan syarat, kemudian regresi linear berganda. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono, uji validitas adalah proses untuk mengukur tingkat kevalidan suatu instrumen penelitian, seperti kuesioner, yang menunjukkan seberapa tepat instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur.⁷¹ Validitas mengacu pada derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui instrumen tersebut. Secara teknis, uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap item pertanyaan dengan skor total seluruh item menggunakan rumus korelasi Pearson Product Moment.

⁷¹ Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,h.200.

1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (Dinyatakan Valid)

2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (Dinyatakan Tidak Valid)

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, uji reliabilitas adalah pengujian yang digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan, keakuratan, ketelitian, dan konsistensi dari indikator atau instrumen penelitian, seperti kuesioner.⁷² Uji ini bertujuan memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat menghasilkan data yang konsisten jika digunakan berulang kali pada objek yang sama dalam kondisi yang sama. Dengan kata lain, instrumen dikatakan reliabel jika memberikan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten dari waktu ke waktu.

Pengujian reliabilitas biasanya dilakukan dengan menggunakan **koefisien Cronbach's Alpha**. Kriteria penilaian reliabilitas menurut Sugiyono adalah:

1) Jika nilai Cronbach's Alpha (α) $> 0,60$, maka instrumen dinyatakan **reliabel** atau terpercaya.

2) Jika nilai Cronbach's Alpha (α) $< 0,60$, maka instrumen dinyatakan **tidak reliabel** atau kurang terpercaya.

c. Uji Asumsi Klasik

⁷² Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, h.130.

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan dengan analisis menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel dependen dan independen dalam model regresi berdistribusi normal atau mendekati normal. Distribusi normal penting agar hasil analisis statistik parametrik valid. Dalam penelitian ini jumlah sampel lebih dari 50, maka uji normalitas yang digunakan adalah metode One-Sample Kolmogorov-smirnov dengan taraf signifikan 0,05. Nilai residual dikatakan distribusi normal jika nilai signifikannya lebih dari 0,05.

2) Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk mendeteksi adanya korelasi tinggi antar variabel independen yang dapat mengganggu kestabilan model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai **Tolerance** dan **Variance Inflation Factor (VIF)**.

Kriteria :

- 1) Jika nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika $VIF > 10$ atau $Tolerance < 0,10$, maka terjadi multikolinearitas.

Dengan jumlah responden 51, pengujian ini tetap valid dan penting untuk memastikan variabel independen tidak saling berkorelasi tinggi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah varians residual dari model regresi konstan (homoskedastisitas) atau tidak

(heteroskedastisitas). Pengujian dapat dilakukan dengan metode grafik scatterplot antara residual dan nilai prediksi, atau uji statistik seperti Glejser test. Pola residual yang acak dan tersebar merata menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas, sehingga asumsi terpenuhi.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah residual pada satu observasi berkorelasi dengan residual pada observasi lain, terutama pada data deret waktu (*time series*). Autokorelasi yang terjadi dapat menyebabkan estimasi koefisien regresi menjadi tidak efisien. Uji ini biasanya dilakukan dengan Durbin-Watson test. Nilai Durbin-Watson yang mendekati 2 menunjukkan tidak adanya autokorelasi.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar proporsi variabilitas variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X_1 , X_2 , dst.) secara bersama-sama dalam model regresi. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, dimana semakin mendekati 1 berarti model regresi semakin baik dalam menjelaskan variabel dependen.

2) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah secara simultan (bersama-sama) variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji F membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada taraf signifikansi tertentu

(misalnya 0,05). Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini penting untuk mengetahui apakah model regresi layak digunakan secara keseluruhan.

3) Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2001, 2019), uji t membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada tingkat signifikansi tertentu. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen tersebut berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Uji ini membantu mengidentifikasi variabel mana yang paling berperan dalam mempengaruhi variabel dependen.

7. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah kuesioner yang dibuat menggunakan *google form* dengan pilihan jawaban diukur melalui skala likert yang tersusun atas 4 atau 5 pilihan jawaban. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial.⁷³ Dalam penelitian ini, skala likert yang digunakan 4 pilihan jawaban dengan mempertimbangkan satu pilihan jawaban yang berada ditengah dapat menimbulkan kenetralan atau kecenderungan

⁷³ Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, h.152.

menjawab ke tengah sehingga arah besar kecilnya intensitas maupun pengaruh dari responden akan sulit dilihat. Maka dalam penelitian ini menggunakan 4 alternatif jawaban, yaitu : (Sangat Tidak Setuju/STS), 2 (Tidak Setuju/TS), 3 (Setuju/S), dan 4 (Sangat Setuju/SS). Instrument yang digunakan sebagai berikut :

Tabel 1.2
Penafsiran Indikator Kuesioner

No	Variabel	Indikator	No. Item
1.	Pemilihan <i>Platform</i> Media Sosial (X) (Pratiwi,R , Febriani dkk 2024)	Preferensi Platform: Platform media sosial yang paling sering digunakan oleh responden	1,2
		Tujuan Penggunaan: Alasan memilih platform tertentu, misalnya untuk komunikasi	3,4
		Kemudahan Akses: Sejauh mana platform mudah diakses dan digunakan oleh responden	5,6
		Fitur Pendukung: Fitur yang disediakan platform yang memudahkan komunikasi dan interaksi	7,8
2.	Intensitas Penggunaan Media Sosial (X2) (Laila,2014)	Frekuensi: Seberapa sering responden mengakses media sosial dalam satu hari atau minggu	9,10
		Durasi: Lama waktu yang dihabiskan dalam menggunakan media sosial pada setiap sesi	11,12
		Perhatian (Attention): Tingkat fokus dan keterlibatan mental saat menggunakan media sosial	3,4

		Penghayatan (Comprehension): Pemahaman dan penyerapan informasi yang diperoleh dari media sosial	5,6
3.	Keterampilan Komunikasi Akademik (Y) (Dewi & Kustiarini, 2022)	Kemampuan Menyampaikan Ide secara Lisan: Keterampilan berbicara dan presentasi dalam konteks akademik	7,8
		Kemampuan Menulis Akademik: Keterampilan menulis karya ilmiah atau laporan yang sesuai dengan kaidah akademik	9,20
		Kemampuan Berargumentasi dan Diskusi: Keterampilan berdiskusi dan mempertahankan pendapat secara logis dan sistematis	21,22
		Penggunaan Bahasa Formal Akademik: Penggunaan bahasa yang tepat, baku, dan sesuai konteks akademik	23,24

J. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan merupakan langkah sistematis dalam menyusun penulisan skripsi supaya setiap bagian dapat terstruktur dan mudah dipahami. Untuk memperoleh pemahaman yang jelas dari skripsi ini, penulis membagi sistematika penulisan sebagai berikut:

Bagian awal dalam penelitian berisikan halaman sampul, halaman judul, halaman pernyataan keaslian, nota dinas, halaman pengesahan, pedoman transliterasi, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran.

1. Bagian isi yang terdiri dari lima bab, yaitu :

a. BAB I Pendahuluan

Bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka teori, hasil penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan

b. BAB II Tinjauan Umum Teori

Bab ini Menerangkan tentang kajian teori, memuat serangkaian sub-sub mengenai kajian teori yang meliputi pemilihan *platform* media sosial, intensitas penggunaan media sosial, dan keterampilan komunikasi akademik mahasiswa.

c. BAB III Hasil Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai urian penelitian yang mencakup hasil penelitian, gambaran umum KPI IAINU Kebumen, karakteristik responden, deskripsi data penelitian, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik serta uji regresi linear berganda.

d. BAB IV Analisis

Bab ini menguraikan analisis data dan pembahasan.

e. BAB V Penutup

Penutup, berisi kesimpulan dari hasil penelitian, kritik, saran, dan kata penutup.

2. Bagian akhir dalam penelitian ini berisikan daftar pustaka yang memuat referensi dari berbagai sumber dan berisikan lampiran-lampiran sebagai dokumen penelitian.

