

BAB II

TINJAUAN UMUM TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.¹ Adapun pengertian pengaruh menurut beberapa ahli sebagai berikut :

a. Menurut Wiryanto

Menurut Wiryanto, pengaruh adalah kemampuan individu atau kelompok untuk memengaruhi orang lain melalui karakteristik yang kosmopolitan, inovatif, kompeten, dan aksesibel. Pengaruh ini dapat terjadi dalam konteks formal maupun informal di masyarakat.²

b. Menurut Uwe Becker

Uwe Becker mendefinisikan pengaruh sebagai kemampuan yang terus berkembang dan berbeda dari kekuasaan, yang tidak selalu terkait dengan usaha untuk memengaruhi orang lain. Pengaruh ini lebih bersifat relasional dan situasional.³

c. Menurut Surakhmad

¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. (2022). *Pengaruh*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

² Wiryanto. (2015). *Pengaruh dalam Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Baru, h.20.

³ Becker, U. (2013). *Definisi Pengaruh*. Jakarta: Rajawali, h.14.

Surakhmad menjelaskan bahwa pengaruh adalah kekuatan yang muncul dari individu atau benda yang dapat memberikan perubahan pada pikiran dan perilaku orang lain. Pengaruh ini dapat bersifat positif maupun negatif.⁴

Dari pengertian beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian pengaruh secara umum dapat diartikan sebagai daya atau kemampuan yang dimiliki oleh individu atau kelompok untuk memengaruhi, membentuk, atau mengubah watak, kepercayaan, dan perilaku orang lain. Pengaruh ini dapat terjadi dalam berbagai konteks, baik formal maupun informal, dan dapat bersifat positif maupun negatif. Secara keseluruhan, pengaruh mencakup aspek relasional dan situasional yang memungkinkan terjadinya perubahan dalam pikiran dan tindakan individu lain.

2. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, berbagai jenis media baru muncul, menawarkan beragam manfaat bagi masyarakat yang ingin berkomunikasi secara jarak jauh. Media sosial berfungsi sebagai jembatan untuk bersosialisasi, memungkinkan pengguna untuk mengirim dan menerima pesan, berbagi informasi, serta membangun jaringan. Berikut adalah beberapa definisi media sosial yang diambil dari berbagai literatur penelitian:

⁴ Surakhmad. (2012). *Pengaruh dalam Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta, h.12.

1. Van Dijk dalam Nasrullah mendefinisikan media sosial sebagai platform yang menekankan keberadaan penggunaannya dalam melakukan aktivitas media dan berkolaborasi dengan pengguna lain di jaringan media. Dengan demikian, media sosial dapat dianggap sebagai medium daring yang memperkuat interaksi antar penggunaannya.⁵
2. Meike dan Young dalam Nasrullah menjelaskan media sosial sebagai representasi perubahan dalam teknologi industri yang memfasilitasi komunikasi antara individu dan media publik, memungkinkan pertukaran informasi antara individu dengan individu, serta kelompok dengan kelompok.⁶
3. Boyd dalam Nasrullah menyatakan bahwa media sosial terdiri dari sekumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu atau kelompok yang terpisah oleh jarak untuk berinteraksi, berbagi, dan berkolaborasi.⁷

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah platform yang berfungsi sebagai wadah bagi individu atau kelompok untuk melakukan interaksi jarak jauh, serta digunakan untuk mencari informasi, berbagi pesan, dan sebagai sumber hiburan bagi penggunaannya.

b. Karakteristik Media Sosial

⁵ Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Platform Media yang Memfokuskan Eksistensi Pengguna dan Memfasilitasi Aktivitas serta Kolaborasi*. Dalam buku *Media Sosial* (hal. 11-16). Jakarta: Pustaka Media Nusantara.

⁶ Nasrullah, R. (2015). Media sosial sebagai konvergensi komunikasi personal dan media publik. Dalam *Ragam Nuansa Literasi Media* (hal. 57–63). Jakarta: Pustaka Media Nusantara.

⁷ Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, h.38.

Media sosial memiliki sejumlah karakteristik atau ciri khas yang dapat digunakan untuk mengidentifikasinya. Menurut Nasrullah, berikut adalah beberapa karakteristik media sosial:⁸

1. Jaringan (*Network*): Jaringan berfungsi sebagai penghubung antara komputer dan perangkat keras lainnya. Karakteristik ini penting dalam media sosial karena memungkinkan pengguna untuk terhubung melalui mekanisme teknologi.
2. Informasi: Informasi merupakan elemen yang unik dan krusial dalam media sosial. Pengguna dapat mengekspresikan ide dan inovasi mereka serta menghasilkan konten yang berisi informasi yang dapat diakses oleh siapa saja yang melihatnya.
3. Arsip: Fitur arsip dalam media sosial memungkinkan pengguna untuk menyimpan rekaman kegiatan atau peristiwa. Teknologi yang ada memungkinkan akses ke arsip tersebut kapan saja dan di mana saja oleh pengguna.
4. Interaksi: Media sosial tidak hanya terdiri dari informasi dan jaringan, tetapi juga memerlukan interaksi antara pengguna. Interaksi ini menjadi salah satu karakteristik penting dalam pembentukan media sosial.
5. Simulasi Sosial: Media sosial berfungsi sebagai platform untuk interaksi masyarakat secara daring melalui media massa. Hal ini menciptakan pola interaksi yang unik, yang mungkin tidak dapat ditemukan di dunia nyata.
6. Konten oleh Pengguna: Karakteristik ini menunjukkan bahwa konten di media sosial dihasilkan dan dinikmati oleh pengguna itu sendiri. Apa yang diproduksi

⁸ Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, h.40.

oleh pengguna akan dikonsumsi oleh orang lain, dan sebaliknya, konten yang dihasilkan oleh orang lain akan dinikmati oleh pengguna.

Dengan demikian, media sosial memiliki berbagai karakteristik yang membentuk dan menjadi ciri khasnya. Setiap karakteristik tersebut memiliki fungsi dan perannya masing-masing; tanpa elemen-elemen ini, sebuah platform tidak dapat dianggap sebagai media sosial yang utuh.

c. Jenis Media Sosial

Menurut Nasrullah, media sosial dapat dikategorikan menjadi enam jenis utama, yang masing-masing memiliki karakteristik dan fungsi khusus dalam kehidupan digital masyarakat modern.⁹ Berikut penjelasan lebih rinci dari setiap jenis media sosial tersebut:

1. Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Jenis media sosial ini adalah yang paling dikenal dan digunakan secara luas. Platform jejaring sosial memungkinkan penggunanya menciptakan profil pribadi, membangun dan memperluas jaringan pertemanan dengan orang yang memiliki minat atau hobi yang sama. Pengguna dapat berinteraksi dengan mudah melalui fitur seperti posting status, berbagi foto, video, serta mengomentari atau menyukai konten orang lain. Melalui jejaring sosial, selain membangun hubungan sosial, pengguna juga dapat mengikuti grup, acara, maupun komunitas yang sesuai dengan minat mereka. Contoh platform media jejaring sosial populer

⁹ Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Halaman 39-45.

adalah Facebook dan Instagram yang memiliki beragam fitur untuk menjaga komunikasi sosial maupun personal branding.

2. Blog

Blog adalah platform media sosial yang menjadi ruang bagi individu untuk menulis dan mengunggah konten secara lebih panjang dan mendalam, seperti narasi pengalaman sehari-hari, opini, informasi edukasi, dan cerita. Berbeda dari jejaring sosial yang lebih singkat dan cepat, blog memungkinkan penggunanya melakukan refleksi dan penyampaian ide secara terstruktur dan terperinci. Di blog, juga terdapat fasilitas bagi pembaca untuk memberikan komentar dan berinteraksi dengan penulis serta pembaca lain, menciptakan dialog yang produktif. Blog bisa berupa platform khusus seperti WordPress, Blogger, ataupun bagian dari situs web organisasi atau personal.

3. *Microblogging*

Jenis ini mirip dengan blog tapi dengan bentuk konten yang lebih singkat, padat, dan cepat. Pengguna microblogging menulis dan mengunggah konten dalam bentuk teks pendek, gambar, atau video dengan durasi singkat, yang bisa dengan mudah diakses dan dibagikan. Media ini sangat efektif untuk berbagi pemikiran instan, berita terkini, atau update kegiatan secara real-time. Twitter adalah contoh paling populer, di mana pengguna populer untuk menyampaikan pendapat, kabar, sekaligus melakukan diskusi singkat yang banyak diikuti oleh komunitas besar di seluruh dunia.

4. Media Berbagi (*Media Sharing*)

Platform ini berfokus pada fungsi berbagi konten multimedia seperti foto, video, audio, dan dokumen. Pengguna dapat mengunggah karya visual maupun audio mereka, serta menikmati konten dari pengguna lain. Media berbagi sering digunakan oleh para kreator konten, fotografer, musisi, dan video maker untuk mempromosikan karya mereka, sekaligus membangun interaksi dengan penggemar atau penikmat karya. YouTube sebagai platform berbagi video terbesar dan Pinterest sebagai platform berbagi gambar adalah contoh media sosial berbagi yang sangat populer.

5. Forum Diskusi dan Komunitas Online

Jenis media sosial ini memungkinkan sekelompok orang dengan minat yang sama untuk berkumpul dan berdiskusi secara mendalam tentang topik tertentu. Forum adalah tempat bertukar informasi, solusi, dan pendapat antar anggota komunitas, biasanya berbentuk thread atau topik diskusi yang diorganisasi secara sistematis. Contohnya adalah Reddit dan Quora, di mana pengguna dapat menanyakan pertanyaan, berbagi pengalaman, dan berdiskusi dalam ruang yang lebih terfokus dan tematik dibandingkan media sosial lain.

6. *Virtual Game* dan Dunia Virtual

Dalam jenis ini, media sosial hadir dalam bentuk permainan online dan lingkungan dunia virtual yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara langsung dengan pemain lain melalui karakter atau *avatar virtual*. Media sosial jenis ini tidak hanya fokus pada hiburan, tetapi juga membangun komunitas dan sosialisasi digital yang kompleks melalui interaksi dalam game maupun dunia

imersif seperti Second Life. Dunia virtual memungkinkan pengguna hadir secara sosial di ruang digital yang imersif dan kolaboratif, memperkaya pengalaman sosial di dunia maya.

3. 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

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.¹⁰ Selain itu, faktor seperti motivasi, perasaan kesepian, tingkat stres, dan harga diri juga berperan penting dalam intensitas penggunaan media sosial.¹¹ 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.¹² Dengan demikian, faktor

¹⁰ Davis, K. (2012). *Social Media and Adolescents' and Young Adults' Mental Health*. *Pediatrics*, 127(4), 800-804.

¹¹ 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.

¹² 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.

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.¹³ Selain itu, kemudahan akses teknologi, ketersediaan perangkat, serta informasi dan konten yang menarik juga menjadi faktor pendorong penggunaan media sosial.¹⁴ Media sosial juga berfungsi sebagai platform untuk membangun identitas sosial dan berinteraksi dalam komunitas online yang memberikan rasa keterikatan sosial.¹⁵ 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

¹³ Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press, h.65.

¹⁴ 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.

¹⁵ Papacharissi, Z. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Polity.

aktivitas tersebut.¹⁶ 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:¹⁷

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

b. ***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.

c. ***Heavy Users (Pengguna Berat):***

Pengguna dengan waktu pemakaian lebih dari 40 jam per bulan. Kelompok ini menunjukkan ketergantungan yang cukup tinggi terhadap media

¹⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. (2022). *Intensitas*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

¹⁷ Laila, S. (2014). *Aspek-Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial*. Dalam Skripsi STIKES BHM, 2020.

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 Frisnawati sebagai berikut :¹⁸

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. 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.

¹⁸ Maulida, Syafira, dkk. (2024). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja Karang Taruna RW 06 Kelurahan Bojongbaru*. Universitas Indraprasta PGRI.

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.

d. 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.¹⁹ *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

¹⁹ Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, h.40.

lain.²⁰ 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:²¹

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, 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

²⁰ Veissi, A. (2017). *Penggunaan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Digital*. Jurnal Ilmiah Komunikasi, h.4.

²¹ 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

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.

e. Keterampilan Komunikasi Akademik

Keterampilan adalah kemampuan seseorang untuk melakukan suatu tugas atau aktivitas dengan baik yang diperoleh melalui latihan, pengalaman.²² 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.²³ Dalam hal ini, keterampilan komunikasi akademik mencakup kemampuan berbicara dengan jelas, mengatur waktu

²² Santrock, J. W. (2007). *Educational Psychology*. McGraw-Hill, h.60.

²³ 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)

presentasi, menggunakan alat bantu presentasi, menulis karya ilmiah, serta berpartisipasi aktif dalam diskusi akademik.

Keterampilan komunikasi akademik ini diukur berdasarkan indikator menurut Dewi & Kustiarini :²⁴

1. 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.

2. 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.

²⁴ 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)

3. 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.

4. 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.

6. 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.

7. 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.²⁵ 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:

²⁵ 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/>

- 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.

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 penggunaannya.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggali informasi dari penemuan-penemuan sebelumnya yang relevan sebagai bahan perbandingan. Hasil penelitian terdahulu digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah. Penelitian terdahulu yang digunakan pastinya mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Dalam

penelitian ini, penulis menggunakan teori *Uses and Gratifications* sebagai landasan teoritis agar mendapatkan gambaran yang lebih holistik dan kontekstual mengenai perilaku pengguna media sosial mahasiswa, yang sesuai dengan fokus penelitian dan kebutuhan praktis untuk pengembangan strategi pembelajaran berbasis media digital yang efektif.

Dengan pendekatan *Uses and Gratifications*, penelitian ini menyoroti aspek motivasi dan kebutuhan mahasiswa dalam memilih platform dan pola penggunaan media sosialnya. Pendekatan ini lebih dinamis dan relevan karena mampu memahami konteks dan alasan di balik perilaku mahasiswa dalam penggunaan media sosial untuk mendukung keterampilan komunikasi akademik mereka. Sebaliknya, teori intensitas hanya mengukur seberapa sering dan berapa lama media digunakan, tanpa menyelidiki motivasi dan tujuan penggunaannya, sehingga kurang mendalam dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan keterampilan komunikasi secara aktif dan personal.

Penelitian pertama oleh Fadilah, Inayahtul dan Ismah tahun 2024 dengan judul : Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Komunikasi Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali.²⁶ Penelitian Fadilah memiliki kesamaan metodologis dengan studi ini, yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner, serta mengaplikasikan teori intensitas. Namun, perbedaan

²⁶ Fadilah, Inayahtul & Ismah. (2024). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Komunikasi Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali*. Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam. Vol. 8 No. 1 (2024) Januari-Juni. p.issn: 2580-7811 e.issn: 2775-1775.

mendasar terletak pada fokus media sosial yang diteliti; Fadilah secara spesifik mengkaji aplikasi TikTok, sementara penelitian ini meneliti media sosial secara umum. Selain itu, variabel dependen yang diukur juga berbeda, di mana Fadilah meneliti "Gaya Komunikasi", sedangkan studi ini berfokus pada "Keterampilan Komunikasi Akademik". Perbedaan lain adalah teknik pengambilan sampel, di mana Fadilah menggunakan *purposive sampling*, sementara penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.²⁷ Jadi, dalam penelitian ini, penulis menggunakan seluruh populasi dari mahasiswa KPI IAINU Kebumen Angkatan 2021-2024 yang berjumlah 51.

Penelitian kedua oleh Rahman, A. Assyifa tahun 2019 dengan judul : Pengaruh Intensitas Mengakses Media Sosial Terhadap Sikap Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Melalui Akun Instagram Millencyrus.²⁸ Studi oleh Rahman juga berbagi kesamaan dalam penggunaan metode kuantitatif dan pengumpulan data melalui kuesioner, serta penerapan teori intensitas. Namun, penelitian Rahman sangat spesifik pada akun Instagram Millencyrus, berbeda dengan cakupan umum media sosial dalam penelitian ini. Variabel dependen yang dianalisis oleh Rahman adalah "Sikap Mahasiswa", yang kontras dengan "Keterampilan Komunikasi Akademik" pada studi ini. Perbedaan signifikan lainnya adalah teori yang digunakan; Rahman mengadopsi Teori Sikap oleh

²⁷ Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, h.85.

²⁸ Rahman, A. Assyifa. (2019). *Pengaruh Intensitas Mengakses Media Sosial Terhadap Sikap Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Melalui Akun Instagram Millencyrus*. Skripsi, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Caplin (2002), sementara penelitian ini berlandaskan pada teori *Uses and Gratifications*. Dalam hal pengambilan sampel, Rahman menggunakan *random sampling*, berbeda dengan teknik sampel jenuh yang diterapkan dalam penelitian ini.

Penelitian ketiga oleh A'yun, Aulia dkk tahun 2023 dengan judul : Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kreativitas Mahasiswa Fisip Universitas Pancasakti Tegal.²⁹ Penelitian A'yun memiliki kesamaan dalam penggunaan metode kuantitatif, pengumpulan data melalui kuesioner, dan penerapan teori intensitas. Namun, fokus media sosial A'yun adalah Instagram, yang lebih spesifik dibandingkan dengan cakupan umum media sosial dalam penelitian ini. Variabel dependen yang diteliti oleh A'yun adalah "Kreativitas Mahasiswa", yang berbeda dengan "Keterampilan Komunikasi Akademik" dalam studi ini. Selain itu, A'yun menggunakan Teori New Media, sementara penelitian ini mengadopsi teori *Uses and Gratifications*. Teknik pengambilan sampel juga berbeda, dengan A'yun menggunakan *purposive sampling* dan penelitian ini menggunakan sampel jenuh.

Penelitian keempat oleh Afdalifah, Nur tahun 2022 dengan judul: Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Prokrastinasi

²⁹ A'yun, Aulia, dkk. (2023). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kreativitas Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pancasakti Tegal*. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(1), 38-52. DOI: <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i1.974>

Akademik Pada Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia.³⁰ Penelitian Afdalifah memiliki kesamaan dalam penggunaan metode kuantitatif, pengumpulan data melalui kuesioner, dan penerapan teori intensitas. Namun, Afdalifah secara spesifik meneliti TikTok, berbeda dengan cakupan media sosial yang lebih umum dalam penelitian ini. Variabel dependen yang dianalisis oleh Afdalifah adalah "Prokrastinasi Akademik", yang berbeda dengan "Keterampilan Komunikasi Akademik" dalam studi ini. Dalam hal teknik pengambilan sampel, Afdalifah menggunakan *nonprobability sampling*, sementara penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh. Perbedaan penting lainnya adalah analisis statistik; Afdalifah menggunakan analisis regresi linear sederhana, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Penelitian kelima oleh Bahri, Syamsul tahun 2024 : Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Tingkat Kesalehan Sosial Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Angkatan 2021 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.³¹ Penelitian Bahri memiliki kesamaan dalam penggunaan metode kuantitatif, pengumpulan data melalui kuesioner, dan penerapan teori intensitas. Namun, variabel dependen yang diteliti oleh Bahri adalah "Tingkat Kesalehan Sosial Mahasiswa", yang berbeda dengan "Keterampilan Komunikasi Akademik" dalam studi ini. Selain itu, Bahri menggunakan teknik *random sampling*, berbeda dengan teknik sampel jenuh yang diterapkan dalam penelitian ini.

³⁰ Afdalifah, Nur. (2022). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia*. Skripsi, Program Studi Psikologi, Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia, Jakarta.

³¹ Bahri, Syamsul. (2024). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Tingkat Kesalehan Sosial Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Angkatan 2021 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian keenam oleh Satira, Diana tahun 2020 dengan judul : Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Whatsapp terhadap Komunikasi Antarpribadi dalam Keluarga di Kampung Waru Desa Wargasetra Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang.³² Studi oleh Satira memiliki kesamaan dalam penggunaan metode kuantitatif, pengumpulan data melalui kuesioner, dan penerapan teori intensitas. Namun, Satira secara spesifik meneliti media sosial WhatsApp, yang berbeda dengan cakupan umum media sosial dalam penelitian ini. Variabel dependen yang dianalisis oleh Satira adalah "Komunikasi Antarpribadi", yang berbeda dengan "Keterampilan Komunikasi Akademik" dalam studi ini. Satira menggunakan teori Komunikasi Antarpribadi oleh Joseph DeVito, sementara penelitian ini berlandaskan pada teori *Uses and Gratifications*. Teknik pengambilan sampel juga berbeda, dengan Satira menggunakan *purposive sampling* dan penelitian ini menggunakan sampel jenuh.

Penelitian terakhir oleh Sa'diyah, Maemunah tahun 2022 dengan judul : Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Kesehatan Mental Mahasiswa dalam Pendidikan Agama Islam.³³ Penelitian Sa'diyah memiliki kesamaan dalam penggunaan metode kuantitatif, pengumpulan data melalui kuesioner, dan penerapan teori intensitas. Namun, variabel dependen yang diteliti oleh Sa'diyah adalah "Kesehatan Mental Mahasiswa PAI", yang berbeda dengan "Keterampilan Komunikasi Akademik" dalam studi ini. Dalam hal pengambilan

³² Satira, Diana. (2020). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial WhatsApp terhadap Komunikasi Antarpribadi dalam Keluarga di Kampung Waru Desa Wargasetra Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

³³ Sa'diyah, Maemunah. (2022). *Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Kesehatan Mental Mahasiswa dalam Pendidikan Agama Islam*. Jurnal Budi Pekerti Agama Islam, Vol. 2, No. 6, Desember 2024. DOI: <https://doi.org/10.30868/ei.v11i03.2802>

sampel, Sa'diyah menggunakan teknik *random sampling*, berbeda dengan teknik sampel jenuh yang diterapkan dalam penelitian ini.

C. Kerangka Teori

