

# HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN *SMARTPHONE* DAN TINGKAT KETERGANTUNGAN MEDIA SOSIAL DENGAN MOTIVASI BELAJAR SISWA SMA SWASTA NUR AZIZI TANJUNG MORAWA KABUPATEN DELI SERDANG

**Fahru Rizal<sup>1</sup>, Candra Wijaya<sup>2</sup>, Eko Budi Prasetyo<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Dosen Pascasarjana UIN Sumatera Utara

<sup>3</sup>Mahasiswa Pascasarjana UIN Sumatera Utara Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

**Abstrak:** penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) hubungan intensitas penggunaan *smartphone* dengan motivasi belajar siswa. 2) hubungan tingkat ketergantungan media sosial dengan motivasi belajar siswa. 3) hubungan intensitas penggunaan *smartphone* dan tingkat ketergantungan media sosial dengan motivasi belajar siswa SMA Swasta Nur Azizi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasi dengan populasi adalah siswa siswi SMA Swasta Nur Azizi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang berjumlah 83 siswa. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dengan skala Likert. Teknik analisis data meliputi: 1) uji validitas dan reliabilitas. 2) uji normalitas, linearitas, dan homogenitas. 3) analisis regresi sederhana dan analisis regresi ganda tiga prediktor dengan menggunakan bantuan *software computer* SPSS 18.0. Hasil penelitian menunjukkan: 1) terdapat hubungan positif dan signifikan intensitas penggunaan *smartphone* terhadap motivasi belajar siswa dengan nilai kekuatan kontribusi 0,041 atau 4,10 % yang berarti sangat rendah. 2) terdapat hubungan positif dan signifikan tingkat ketergantungan media sosial terhadap motivasi belajar siswa dengan nilai kekuatan kontribusi 0,124 atau 12,4% yang berarti sangat rendah. 3) terdapat kontribusi positif dan signifikan intensitas penggunaan *smartphone* dan tingkat ketergantungan media sosial terhadap motivasi belajar siswa dengan nilai kekuatan kontribusi 0,143 atau 14,3 % yang berarti sangat rendah.

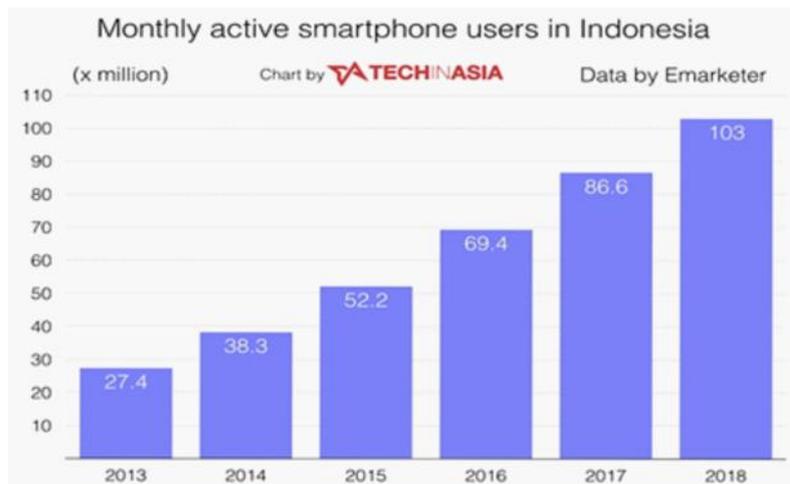
**Kata Kunci:** Intensitas, *Smartphone*, Media Sosial dan Motivasi Belajar

## **Pendahuluan**

*Internet* memberikan segala kebutuhan manusia yang dapat dipenuhi. Mulai dari kebutuhan untuk berkomunikasi, mengakses berita atau informasi sampai sebagai hiburan. Kehadiran internet sebagai teknologi baru saat ini lebih dimanfaatkan sebagai media sosial oleh masyarakat. Karena dengan media sosial kehidupan dunia nyata dapat ditransformasi ke dalam dunia maya. Masyarakat bisa dengan bebas berbagi informasi dan berkomunikasi dengan masyarakat luas tanpa perlu memikirkan biaya, jarak dan waktu. Namun dari kemudahan yang ditawarkan media tersebut, terdapat sisi lain yang dapat merugikan penggunaannya dan orang-orang sekitarnya.

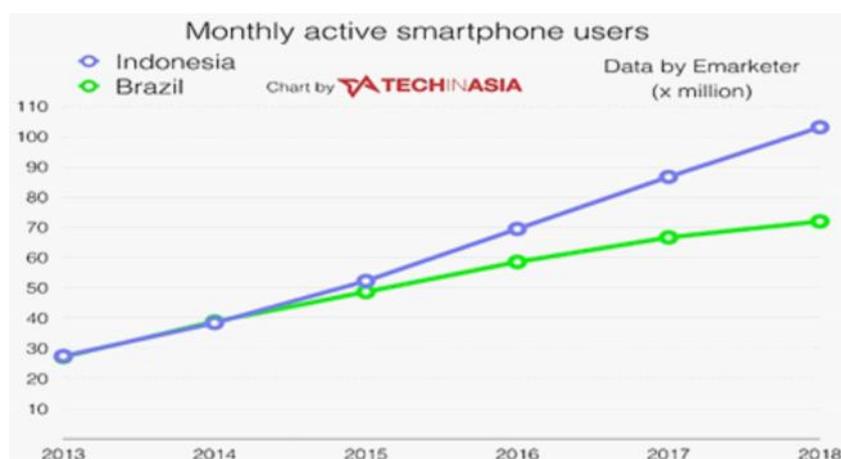
Berbagai macam jenis teknologi yang tidak terhitung jumlahnya dapat kita jumpai di zaman yang modern ini. Salah satu contoh teknologi yang sangat populer adalah *gadget* atau biasa dikenal dengan *smartphone*, hampir setiap orang menggunakan teknologi modern ini. *Gadget* atau *smartphone* ini dapat ditemui dimanapun, baik pada orang dewasa, remaja maupun anak-anak. Menurut lembaga riset e-Marketer, Indonesia akan melampaui 100 juta pengguna *smartphone* aktif pada tahun 2018, menjadikannya negara dengan populasi pengguna *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat.<sup>1</sup>

**Gambar 1**  
**Tingkat Penggunaan Smartphone**



Penetrasi *smartphone* yang kuat di Indonesia menjadi pertanda baik untuk pertumbuhan e-commerce, yang sebagian besar diakses melalui gadget atau *smartphone*. Berdasarkan laporan, Indonesia akan melampaui Brazil hingga negara berkembang lainnya yang juga memiliki demografi penduduk di usia muda yang cukup besar dalam hal *smartphone*, Indonesia dan Brazil memiliki angka yang mirip untuk saat ini, namun Indonesia berakselerasi melampaui Brazil dari tahun ke tahun.

**Gambar 2**  
**Tingkat Pengguna Smartphone Usia Muda**



Data diatas menunjukkan usia muda yang senantiasa meningkat dari tahun ke tahun dalam penggunaan *smartphone* di Indonesia dibandingkan di negara Brazil. Indonesia mencapai 100 juta jiwa pengguna *smartphone* sedangkan Brazil mencapai 70 juta jiwa.

Mengakses internet merupakan kegiatan yang sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat saat ini. Bukan hanya komputer/laptop saja yang dapat mengakses internet, melainkan dengan menggunakan *smartphone* seseorang dengan mudah dapat mengakses internet dimana saja berada, dalam internet

## **Eko Budi Prasetyo: Hubungan Antara Intensitas Penggunaan *Smartphone* Dan Tingkat Ketergantungan Media Sosial Dengan Motivasi Belajar Siswa**

juga terdapat situs pertemanan dan situs jejaring sosial yang digunakan oleh pengguna dunia maya untuk melakukan interaksi dan komunikasi. Adapun situs jejaring sosial yang tersedia di internet yaitu Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Telegram, Snapchat, dan lain sebagainya.

Media sosial dianggap sebagai satu-satunya cara untuk memenuhi kebutuhan. Seolah-olah manusia tidak bisa hidup tanpa bantuannya. Sehingga masyarakat mencari kepuasan dalam teknologi dan menerima perintah dari teknologi. Keberadaannya dianggap sebagai kekuatan sosial yang dominan. Seperti halnya yang diungkapkan Neil Postman, bahwa teknologi mendorong budaya technopoly yaitu suatu budaya dimana masyarakat di dalamnya mendewakan teknologi dan teknologi tersebut mengontrol semua aspek kehidupan.<sup>2</sup>

Saat seseorang mengalami kesulitan, mengakses *internet* menjadi lebih penting dibandingkan kegiatan yang dilakukan orang lain pada umumnya, hal ini dikarenakan aktivitas *online* dapat memperluas dan memperkuat jaringan sosial para pengguna *internet*. Dengan adanya *internet* juga dapat mempermudah seseorang untuk memenuhi kebutuhannya. Akan tetapi, sering mengakses *internet* dapat berbahaya jika media sosial adalah fokus utama dari kehidupan mereka sebagai sarana untuk mendapatkan dukungan sosial dan hubungan interpersonal dikarenakan dapat mengarah pada perilaku penyalahgunaan *internet* berupa ketergantungan pada media tersebut. Dalam mengakses media sosial lebih digunakan sebagai sarana penghindaran dan pengobatan diri. Padahal, mengembangkan diri dan membangun hubungan dengan orang lain memerlukan pengujian dan pengalaman melalui kontak langsung agar dapat belajar berinteraksi secara baik dengan siapapun dan dalam konteks sosial apapun.

Selain itu, *smartphone* juga memiliki berbagai fitur dan fasilitas yang menarik dan merupakan salah satu bentuk teknologi yang senantiasa berkembang seiring waktu. Ketersediaan aneka fitur tersebut juga berdampak pada perubahan gaya hidup masyarakat terutama remaja. Hal tersebut menjadi suatu kekhawatiran pada siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) yang seharusnya berjuang untuk memperoleh prestasi yang baik dengan motivasi belajar yang tinggi malah akan mendapatkan pengaruh dari penggunaan *smartphone*.

Dalam proses belajar, motivasi sangat diperlukan, sebab seseorang yang tidak mempunyai motivasi dalam belajar, tak akan mungkin melakukan aktivitas belajar. Hal ini merupakan pertanda bahwa sesuatu yang akan dikerjakan itu tidak menyentuh kebutuhannya. Segala sesuatu yang menarik minat orang lain belum tentu menarik minat orang tertentu selama sesuatu itu tidak bersentuhan dengan kebutuhannya.<sup>3</sup>

Siswa yang memiliki motivasi belajar yang tinggi akan cenderung berupaya apapun untuk mencapai prestasi yang diinginkannya. Siswa akan mencoba untuk senantiasa belajar, mencari sumber ilmu, dan bahkan menggunakan *smartphone* secara intens untuk keperluan yang terkait dalam mengerjakan kegiatan belajarnya dengan baik agar mendapat hasil prestasi yang diharapkan. Namun, bila siswa menggunakan *smartphone* secara intens untuk hal-hal yang tidak berkaitan dengan tugas siswa yaitu belajar dan menuntut ilmu, dikhawatirkan akan menjadi penghambat pada motivasi belajar untuk mencapai prestasi.

Intensitas pengguna *smartphone* yang begitu besar dan dampak kehadiran media sosial dalam dunia pendidikan khususnya di SMA Swasta Nur Azizi Tanjung Morawa, membuat penulis ingin melakukan penelitian pada pelajar, terutama pada pelajar Sekolah Menengah Atas Nur Azizi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

### **Kerangka Teori**

#### **A. Intensitas Penggunaan *Smartphone***

##### **1. Pengertian Intensitas**

Intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran.<sup>4</sup> maksudnya intens dapat berarti kuat, tinggi, bergelora, penuh semangat, bergelora, berapi-api, dan berkobar-kobar. Sedangkan tingkatan menggambarkan ukuran kuantitas yang dilihat berdasarkan frekuensi dari penggunaan suatu

benda. Penggunaan adalah proses, pembuatan, cara memakai, dan pemakaian.<sup>5</sup> Maka dapat disimpulkan bahwa intensitas merupakan suatu pengukuran kuantitas tingkatan dari sebuah energi dimana dapat diukur berdasarkan frekuensi dan durasi terjadinya stimulus fisik. Berdasarkan pengertian intensitas, maka yang dimaksudkan dengan intensitas penggunaan smartphone adalah kuantitas tingkatan penggunaan smartphone yang diukur dengan frekuensi dan durasi penggunaannya. Frekuensi dapat dilihat dari seberapa sering orang melakukan aktifitas. Sedangkan durasi dapat dilihat dari seberapa lama orang melakukan suatu aktifitas.

## 2. Pengertian *Smartphone*

Teknologi seluler merupakan gabungan dari beberapa penemuan teknologi-teknologi sebelumnya. Antara lain dari penemuan telepon dari Alexander Graham Bell pada tahun 1876, sedangkan radio oleh Nikolai Tesla (1880) yang kemudian pada tahun 1894 secara formal dikenalkan oleh orang Italia bernama Guglielmo Marconi.<sup>6</sup> Kata smartphone didefinisikan dalam Kamus Oxford American sebagai ponsel yang menggabungkan PDA (Personal Digital Assistant). Dalam perkembangan awal, seseorang hanya mengenal adanya handphone dan PDA (Personal Digital Assistant). Handphone pada umumnya digunakan untuk melakukan komunikasi seperti telepon, sedangkan PDA digunakan sebagai asisten pribadi dan organizer. Dengan PDA seseorang bisa menyimpan data contact, sampai sinkronisasi antara komputer dan PDA.<sup>7</sup> *Smartphone* (telepon pintar) adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi dengan fungsi yang menyerupai komputer. Bagi beberapa orang, telepon pintar merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar yang mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, telepon pintar hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surat elektronik (*e-mail*), *internet* dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*) atau terdapat papan ketik dan penyambung VGA (*Video Graphics Array*).<sup>8</sup> Bagi yang lainnya, ponsel cerdas hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surel (surat elektronik), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*) atau terdapat papan ketik (baik sebagaimana jadi maupun dihubung keluar) dan penyambung VGA. Dengan kata lain, ponsel cerdas merupakan komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon.

## 3. Dampak Penggunaan *Smartphone*

*Smartphones* sudah dimiliki oleh hampir setiap orang disemua kalangan, dimulai dari anak-anak sampai orang yang sudah lanjut usia pun sudah menggenggam telephone ini. Perkembangan zaman yang semakin maju menuntut kepada masyarakat untuk memperoleh informasi secara mudah dan cepat yang semuanya sudah dapat diakses secara online. Namun penggunaan *smartphone* yang semakin meluas tentu saja tidak lepas dari dampak positif maupun dampak negative bagi penggunaannya, terutama bagi pelajar.

Ada beberapa dampak positif penggunaan *smartphone* bagi pelajar antara lain:

- a) Memudahkan dalam mengakses informasi secara luas dan cepat
- b) Memudahkan dalam berkomunikasi, terutama jika digunakan untuk membuat forum diskusi
- c) Menambah wawasan pengetahuan pelajar karena mudahnya mencari informasi

Adapun dampak negatif penggunaan *smartphone* bagi pelajar antara lain:

- a) Menjadikan pemakainya malas, hanya mengandalkan *smartphone*.
- b) Melemahkan otak penggunaannya, karena mudahnya dalam mencari informasi pelajar malas untuk berfikir
- c) Mengganggu kesehatan penggunaannya, terutama kesehatan mata
- d) Menbuat penggunaannya kecanduan sosmed (social media), game, serta aplikasi-alikasi lainnya
- e) Membuat boros, karena penggunaan *smartphone* yang tidak lepas dari internet menyebabkan pemakaian pulsa berlebih
- f) Memungkinkan pelajar untuk mengakses hal-hal yang tidak seharusnya diakses seperti video porno.

#### 4. Teori *Uses and Gratification*

Herbert Blumer dan Elihu Katz adalah orang pertama yang memperkenalkan teori ini. Teori kegunaan dan kepuasan ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*. Teori milik Blumer dan Katz ini menekankan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Teori *uses and gratification* ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi di dalam melihat media. Artinya, manusia itu punya otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.<sup>9</sup>

Model *uses and gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.<sup>10</sup>

## Media Sosial

### 1. Pengertian Media Sosial

Definisi media sosial menurut para pakar yang berasal dari berbagai literatur penelitian sebagaimana yang dijelaskan dalam buku Nasrullah diantaranya yaitu :

- a. Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang mawadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user and generated content*)
- b. Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
- c. Boyd, menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi dan bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.
- d. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
- e. Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one to one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.<sup>11</sup>

Selain itu, Media sosial juga dikenal dengan media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Whats App, Path, dan Wikipedia.

Dari berbagai definisi atau pernyataan tersebut, penulis mengambil kesimpulan bahwa media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, berpartisipasi, bekerja sama, berbagi, berkolaborasi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan secara virtual.

## 2. Karakteristik Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu *platform* yang muncul di media siber. Karena itu, melihat media sosial yang ada saat ini tidak jauh berbeda dengan karakteristik yang dimiliki oleh media siber. Meski karakteristik media siber bisa dilihat melalui media sosial, namun media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual.

Adapun karakteristik media sosial, diantaranya yaitu :

- a. Jaringan (*Network*). Media sosial memiliki karakter jaringan sosial, maksudnya media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Namun, struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi dalam mikroelektronik. Jaringan yang terbentuk antarpengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau *tablet*.
- b. Informasi (*Information*). Informasi menjadi entitas yang sangat penting dari media sosial dibandingkan dengan media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasi representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme yang dalam pembahasan sering disebut dengan berbagai istilah, seperti informational serta pengetahuan atau *knowing*.
- c. Arsip (*Archive*). Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang diunggah di facebook, sebagai contoh informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya bisa diakses. Contoh lain, ketika menerima (*confirm*) permintaan pertemanan di facebook, saat itu juga akses terhadap informasi dari pengguna lain langsung terbuka. Banyak informasi yang bisa diakses dari akun media sosial milik pengguna tersebut, mulai dari data pribadi, kapan bergabung di facebook, kumpulan foto yang diunggah, lokasi mana yang telah dikunjungi, sampai kepada siapa saja si pengguna membentuk jaringan pertemanan. Bahkan di facebook misalnya, fasilitas untuk mengenang pengguna yang telah meninggal dunia sehingga siapapun bisa mengakses informasinya.<sup>12</sup>
- d. Interaksi (*Interactivity*). Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti tanda jempol ‘*like*’ di facebook. Sebuah video yang diunggah di laman *Youtube* bisa jadi mendapatkan banyak komentar bukan dari pengguna yang sengaja mengunjungi laman *Youtube*, melainkan melalui *platform* lainnya. Bisa jadi informasi video itu dibagi (*share*) melalui media sosial lain, disitus pribadi, di *broadcast* melalui aplikasi pesan, seperti *blackberry messenger*, *Whats’Ap* dan lain sebagainya.

## Eko Budi Prasetyo: Hubungan Antara Intensitas Penggunaan *Smartphone* Dan Tingkat Ketergantungan Media Sosial Dengan Motivasi Belajar Siswa

- e. Simulasi Sosial (*Simulation of society*). Baudrillard mengungkapkan tentang gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang real dibenak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus menerus. Khalayak seolah-olah tidak bisa membedakan antara yang nyata dan yang ada di layar. Khalayak seolah-olah berada diantara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas.<sup>13</sup>
- f. Konten oleh pengguna (*user-generated content*). Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial hakekat sepenuhnya dalam konten itu milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemiliki akun. UGC merupakan relasi simbolis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasan pengguna untuk berpartisipasi.<sup>14</sup>
- g. Penyebaran (*Share/Sharing*). Penyebaran (*Share/Sharing*) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Praktik ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten dan mengembangkannya. Maksud dari pengembangan ini adalah konten yang ada mendapatkan seperti komentar yang tidak sekadar opini, tetapi juga data atau fakta baru.

### 3. Jenis Media Sosial

Media sosial hakekatnya memiliki berbagai macam jenis, dan perkembangannya sangat signifikan seiring dengan berjalannya teknologi setiap waktu. Diantara jenis media sosial yang banyak digunakan di Indonesia adalah :

- a. Aplikasi Media Sosial Berbagi Video (*Video Sharing*)  
Aplikasi berbagi video tentu sangat efektif untuk menyebarkan beragam program pemerintah. Program tersebut dapat berupa kunjungan atau pertemuan di lapangan, keterangan pemerintah, diskusi publik tentang suatu kebijakan, serta berbagai usaha dan perjuangan pemerintah melaksanakan program-program perdagangan. Selain itu, tentu saja sebelum penyebaran, suatu video memerlukan tahap verifikasi sesuai standar berlaku. Sebaliknya, pemerintah juga perlu memeriksa, membina serta mengawasi video yang tersebar di masyarakat yang terkait dengan program perdagangan pemerintah. Sejauh ini, dari beragam aplikasi video sharing yang beredar setidaknya ada tiga program yang perlu diperhatikan, terkait dengan jumlah user dan komunitas yang telah diciptakan oleh mereka yakni *You Tube*, *Vimeodan DailyMotion*.
- b. Aplikasi Media Sosial *Mikroblog*  
Aplikasi *mikroblog* tergolong yang paling gampang digunakan di antara program-program media sosial lainnya. Peranti pendukungnya tak perlu repot menggunakan telepon pintar, cukup dengan menginstal aplikasinya dan jaringan internet. Aplikasi ini menjadi yang paling tenar di Indonesia setelah *Facebook*. Ada dua aplikasi yang cukup menonjol dalam masyarakat Indonesia, yakni *Twitter* dan *Tumblr*.
- c. Aplikasi Media Sosial Berbagi Jaringan Sosial  
Setidaknya ada lima aplikasi berbagi jaringan sosial yang menonjol dan banyak penggunanya di Indonesia, khususnya untuk tipe ini. Yakni *Facebook*, *Whats'App*, *Telegram*, *Google Plus*, serta *Path*. Masing-masing memang memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Namun pada umumnya, banyak pakar media sosial menganjurkan agar tidak menggunakan aplikasi berbagi aktivitas sosial ini jika menyangkut urusan pekerjaan atau hal-hal yang terkait profesi (pekerjaan). Aplikasi ini menurut mereka lebih tepat digunakan untuk urusan yang lebih bersifat santai dan pribadi, keluarga, teman, sanak saudara, kumpul-kumpul hingga arisan. Namun

karena penggunaannya yang luas, banyak organisasi dan bahkan lembaga pemerintah membuat akun aplikasi ini untuk melancarkan program, misi dan visinya. Walau begitu, agar lebih kenal dengan segmentasi pengguna dan karakter aplikasi ini, maka penerapan bahasa dan tampilan konten yang akan disebarluaskan juga harus lebih santai, akrab, disertai contoh kejadian lapangan. Lebih baik lagi jika disertai dengan foto atau *infografis*.

d. Aplikasi Berbagi Jaringan Profesional

Para pengguna aplikasi berbagi jaringan profesional umumnya terdiri atas kalangan akademi, mahasiswa para peneliti, pegawai pemerintah dan pengamat. Dengan kata lain, mereka adalah kalangan kelas menengah Indonesia yang sangat berpengaruh dalam membentuk opini masyarakat. Sebab itu, jenis aplikasi ini sangat cocok untuk mempopulerkan dan menyebarkan misi perdagangan yang banyak memerlukan telaah materi serta hal-hal yang memerlukan perincian data. Juga efektif untuk menyebarkan dan mensosialisasikan perundang-undangan atau peraturan-peraturan lainnya. Sejumlah aplikasi jaringan profesional yang cukup populer di Indonesia antara lain *LinkedIn*, *Scribd* dan *Slideshare*.

e. Aplikasi Berbagi Foto Aplikasi jaringan berbagi foto sangat populer bagi masyarakat Indonesia. Sesuai karakternya, aplikasi ini lebih banyak menyebarkan materi komunikasi sosial yang lebih santai, tidak serius, kadang-kadang banyak mengandung unsur-unsur aneh, eksotik, lucu, bahkan menyeramkan. Sebab itulah, penyebaran program pemerintah juga efektif dilakukan lewat aplikasi ini. Tentu saja, materi yang disebarluaskan juga harus menyesuaikan karakter aplikasi ini. Materi itu dapat berupa kunjungan misi perdagangan ke daerah yang unik, eksotik, pasar atau komunitas perdagangan tertentu. Beberapa aplikasi yang cukup populer di Indonesia antara lain *Pinterest*, *Picasa*, *Flickr* dan *Instagram*.<sup>15</sup>

#### 4. *Dependency Theory*

Teori ini juga mendefinisikan bahwa ketergantungan berkaitan dengan bergantung pada sumber daya lain, dalam hal ini media sosial. Media tersebut dianggap oleh mereka sebagai satu-satunya cara untuk memenuhi kebutuhan. Seolah-olah manusia tidak bisa hidup tanpa informasi yang diberikan media. Sehingga masyarakat mencari kepuasan melalui teknologi dan menerima perintah dari teknologi. Keberadaannya dianggap sebagai kekuatan sosial yang dominan. Seperti halnya yang diungkapkan Neil Postman, bahwa teknologi mendorong budaya *technopoly* yaitu suatu budaya dimana masyarakat di dalamnya mendewakan teknologi tersebut mengontrol semua aspek kehidupan.<sup>16</sup>

Pada intinya teori ini adalah gagasan dimana khalayak tergantung pada informasi media untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan pencapaian tujuan. Pendekatan ini selaras dengan ide-ide dasarnya mengenai model uses, tetapi tidak seperti the uses and gratifications, model ketergantungan mengasumsikan tiga cara interaksi di antara media, khalayak, dan masyarakat. Ketiganya mempengaruhi satu sama lain. Derajat ketergantungan khalayak pada informasi media bervariasi, dan semakin tergantung khalayak pada beberapa aspek media, semakin banyak pengaruh terhadapnya.

Ada dua sumber variasi dalam jumlah ketergantungan yang mungkin dialami seseorang. Pertama adalah jumlah dan sentralitas fungsi-fungsi informasi yang dilakukan. Kita mengetahui bahwa media menyajikan keseluruhan fungsi seperti mengamati aktivitas pemerintah dan memberikan hiburan. Bagi setiap kelompok yang ada, beberapa fungsi ini lebih sentral dan penting daripada lainnya. Suatu ketergantungan kelompok pada informasi oleh media yang lebih memusat ke arah kelompok tersebut.

Sumber ketergantungan kedua adalah stabilitas sosial. Ketika perubahan sosial dan konflik tinggi, institusi-institusi, kepercayaan-kepercayaan, dan praktik-praktik yang mapan tertantang, menekan orang untuk membuat evaluasi-evaluasi dan pilihan-pilihan kembali. Pada saat itu ketergantungan pada media dalam hal informasi meningkat.<sup>17</sup>

## **Eko Budi Prasetyo: Hubungan Antara Intensitas Penggunaan *Smartphone* Dan Tingkat Ketergantungan Media Sosial Dengan Motivasi Belajar Siswa**

Teori ketergantungan meliputi tiga jenis pengaruh : kognitif, afektif, dan behavioral. Pengaruh komunikasi massa dalam tiga aspek ini merupakan sebuah fungsi dari derajat dimana khalayak tergantung pada informasi media. Ball Rokeach dan DeFleur memberikan kerangka lima jenis pengaruh kognitif. Pertama adalah pemecahan masalah yang membingungkan (*Ambiguity resolution*). Peristiwa-peristiwa di dalam lingkungan sering menciptakan kebingungan yang menyebabkan adanya kebutuhan untuk memperoleh informasi tambahan. Media itu sendiri sering menciptakan kebingungan, dan ketika hal yang membingungkan ini hadir, ketergantungan pada media meningkat. Pada saat seperti ini kekuatan pesan yang dimuat di media menyusun struktur pemahaman atau mendefinisikan situasi yang mungkin besar. Pada saat yang lain ketika kebingungan itu berkurang, pengaruh ini mungkin juga berkurang.

Pengaruh kognitif kedua adalah pembentukan sikap (*Attitude Formation*). Selektivitas dan proses-proses mediasional lainnya yang dibuatkan kerangkanya oleh Klapper dan ahli-ahli teori difusi mungkin berperan dalam pengaruh ini. Ketiga, komunikasi media menciptakan *agenda setting*, dimana orang menggunakan media untuk memastikan apa yang perlu diperhatikan. Agenda setting merupakan sebuah proses yang bersifat interaksional. Topik-topik dipilih oleh media dan disebarkan melalui saluran-saluran massal. Dari topik-topik ini orang menyaring informasi menurut kepentingan individual mereka dan karakteristik-karakteristik individual dan sosial.

Pengaruh kognitif keempat adalah perluasan sistem kepercayaan (*Expansion of belief system*). Informasi mungkin menciptakan suatu perluasan jumlah kepercayaan di dalam kategori-kategori seperti agama atau politik, dan hal itu mungkin juga meningkatkan sejumlah kategori atau kepercayaan seseorang. Pengaruh kognitif kelima adalah memperjelas nilai (*Value clarification*), mungkin terjadi, misalnya ketika media menimbulkan pertentangan nilai dalam bidang seperti hak-hak sipil. Dalam menghadapi konflik ini, para anggota khalayak dimotivasi untuk memperjelas nilai-nilai mereka sendiri.

Pengaruh-pengaruh afektif berhubungan dengan perasaan dan tanggapan emosional. Keadaan-keadaan seperti takut, cemas, semangat, atau kesepian mungkin dipengaruhi oleh komunikasi yang ada pada media. Pengaruh-pengaruh ini mungkin juga terjadi dalam aspek perilaku. Kegiatan, melakukan perilaku baru, dan tidak melakukan sesuatu, menghentikan perilaku lama, mungkin sebagai akibat dari informasi yang diterima dari media.<sup>18</sup>

Ketergantungan berkembang bila jenis-jenis media tertentu digunakan untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan yang khusus atau ketika bentuk-bentuk media tertentu dikonsumsi sebagai kebiasaan seperti ritual, mengisi waktu, atau sebagai pelarian atau selingan. Orang akan memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka melalui media dengan berbagai cara, dan seseorang mungkin menggunakan media secara berbeda dalam konteks yang berbeda.<sup>19</sup>

## **Motivasi Belajar**

### **1. Pengertian Motivasi Belajar**

Pada dasarnya motivasi merupakan suatu usaha yang disadari untuk menggerakkan, mengarahkan serta menjaga tingkah laku seseorang agar ia terdorong untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu.

Menurut Frederick J. Mc Donald, motivasi belajar adalah suatu perubahan tenaga di dalam diri seseorang (pribadi) yang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi untuk mencapai tujuan.<sup>20</sup> Tetapi menurut Clayton Alderfer, motivasi belajar adalah kecenderungan siswa dalam melakukan kegiatan belajar yang didorong oleh hasrat untuk mencapai prestasi atau hasil belajar sebaik mungkin.<sup>21</sup>

Selain itu, menurut Abraham Maslow, motivasi belajar juga merupakan kebutuhan untuk mengembangkan kemampuan diri secara optimum, sehingga mampu berbuat yang lebih baik, berprestasi dan kreatif.

Kemudian menurut Clayton Alderfer, motivasi belajar adalah suatu dorongan internal dan eksternal yang menyebabkan seseorang (individu) untuk bertindak atau berbuat mencapai tujuan, sehingga perubahan tingkah laku pada diri siswa diharapkan terjadi.<sup>22</sup> Jadi dapat disimpulkan motivasi belajar adalah kondisi psikologis yang mendorong siswa untuk belajar dengan senang dan belajar secara sungguh-sungguh, yang pada gilirannya akan terbentuk cara belajar siswa yang sistematis, penuh konsentrasi dan dapat menyeleksi kegiatan-kegiatannya.

Seseorang akan berhasil dalam belajar, kalau pada dirinya sendiri ada keinginan untuk belajar. Keinginan atau dorongan inilah yang disebut dengan motivasi. Ciri-ciri orang yang memiliki motivasi sebagai berikut :

- a. Tekun menghadapi tugas (dapat bekerja terus-menerus dalam waktu yang lama, tidak pernah berhenti sebelum selesai).
- b. Ulet menghadapi kesulitan (tidak lekas putus asa).
- c. Menunjukkan minat terhadap bermacam-macam masalah untuk orang dewasa (misalnya masalah pembangunan agama, politik, ekonomi, keadilan, pemberantasan korupsi, penentangan terhadap setiap tindakan kriminal, amoral, dan sebagainya).
- d. Lebih senang bekerja mandiri.
- e. Cepat bosan pada tugas-tugas yang rutin (hal-hal yang bersifat mekanis, berulang-ulang begitu saja, sehingga kurang kreatif)
- f. Dapat mempertahankan pendapatnya (kalau sudah yakin akan sesuatu).
- g. Tidak mudah melepaskan hal yang diyakini itu.
- h. Senang mencari dan memecahkan masalah soal-soal.<sup>23</sup>

## 2. Unsur-Unsur Motivasi Belajar

Menurut Dimiyati dan Mudjiono ada enam faktor yang mempengaruhi motivasi belajar,<sup>24</sup> yaitu:

- a. Cita-cita atau aspirasi siswa. Cita-cita dapat berlangsung dalam waktu sangat lama, bahkan sepanjang hayat. Cita-cita siswa untuk “menjadi seseorang” akan memperkuat semangat belajar dan mengarahkan pelaku belajar. Cita-cita akan memperkuat motivasi belajar intrinsik maupun ekstrinsik sebab tercapainya suatu cita-cita akan mewujudkan aktualisasi diri.
- b. Kemampuan Belajar. Dalam belajar dibutuhkan berbagai kemampuan. Kemampuan ini meliputi beberapa aspek psikis yang terdapat dalam diri siswa. Misalnya pengamatan, perhatian, ingatan, daya pikir dan fantasi. Di dalam kemampuan belajar ini, sehingga perkembangan berfikir siswa menjadi ukuran. Siswa yang taraf perkembangan berfikirnya konkrit (nyata) tidak sama dengan siswa yang berfikir secara operasional (berdasarkan pengamatan yang dikaitkan dengan kemampuan daya nalarnya). Jadi siswa yang mempunyai kemampuan belajar tinggi, biasanya lebih termotivasi dalam belajar, karena siswa seperti itu lebih sering memperoleh sukses oleh karena kesuksesan memperkuat motivasinya.
- c. Kondisi Jasmani dan Rohani Siswa. Siswa adalah makhluk yang terdiri dari kesatuan psikofisik. Jadi kondisi siswa yang mempengaruhi motivasi belajar disini berkaitan dengan kondisi fisik dan kondisi psikologis, tetapi biasanya guru lebih cepat melihat kondisi fisik, karena lebih jelas menunjukkan gejalanya dari pada kondisi psikologis. Misalnya siswa yang kelihatan lesu, mengantuk mungkin juga karena malam harinya bergadang atau juga sakit.
- d. Kondisi Lingkungan Kelas. Kondisi lingkungan merupakan unsur-unsur yang datangnya dari luar diri siswa. Lingkungan siswa sebagaimana juga lingkungan individu pada umumnya ada tiga yaitu lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat. Jadi unsur-unsur yang mendukung atau menghambat kondisi lingkungan berasal dari ketiga lingkungan tersebut. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan cara guru harus berusaha mengelola kelas, menciptakan suasana

## **Eko Budi Prasetyo: Hubungan Antara Intensitas Penggunaan *Smartphone* Dan Tingkat Ketergantungan Media Sosial Dengan Motivasi Belajar Siswa**

belajar yang menyenangkan, menampilkan diri secara menarik dalam rangka membantu siswa termotivasi dalam belajar.

- e. Unsur-unsur Dinamis Belajar. Unsur-unsur dinamis dalam belajar adalah unsur-unsur yang keberadaannya dalam proses belajar yang tidak stabil, kadang lemah dan bahkan hilang sama sekali.
- f. Upaya Guru Membelajarkan Siswa. Upaya yang dimaksud disini adalah bagaimana guru mempersiapkan diri dalam membelajarkan siswa mulai dari penguasaan materi, cara menyampaikannya, menarik perhatian siswa.

### **3. Fungsi Motivasi Belajar**

Terdapat beberapa pendapat menurut para ahli fungsi motivasi belajar, Sardiman mengungkapkan tiga fungsi motivasi belajar yakni sebagai berikut:

- a. Mendorong manusia untuk berbuat. Sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi. Motivasi dalam hal ini merupakan motor penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan.
- b. Menentukan arah perbuatan. Yakni ke arah tujuan yang hendak dicapai. Dengan demikian motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai dengan rumusan tujuannya.
- c. Menyeleksi perbuatan. Yakni menentukan perbuatan-perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan, dengan menyisihkan perbuatan yang tidak bermanfaat dengan tujuan tersebut.<sup>25</sup>

Selain itu, Hamalik juga mengemukakan tiga fungsi motivasi, diantaranya yaitu :

- a. Mendorong timbulnya kelakuan atau sesuatu perbuatan. Maksudnya adalah tanpa motivasi maka tidak akan timbul suatu perbuatan seperti belajar.
- b. Motivasi berfungsi sebagai pengarah. Artinya menggerakkan perbuatan ke arah pencapaian tujuan yang diinginkan.
- c. Motivasi berfungsi penggerak. Motivasi ini berfungsi sebagai mesin, besar kecilnya motivasi akan menentukan cepat atau lambatnya suatu pekerjaan atau perbuatan.<sup>26</sup>

Jadi Fungsi motivasi secara umum adalah sebagai daya penggerak yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan tertentu untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

### **4. Teori Belajar *Behavioristik***

Teori belajar behavioristik merupakan teori yang didasarkan pada perubahan perilaku yang bisa diamati. Behaviorisme memfokuskan diri pada sebuah pola perilaku baru yang diulangi sampai perilaku tersebut menjadi otomatis atau membudaya. Teori behaviorisme mengkonsentrasikan pada kajian tentang perilaku nyata yang bisa diteliti dan diukur. Teori ini memandang pikiran sebagai sebuah kotak hitam, dalam artian bahwa respon terhadap stimulus bisa diamati secara kuantitatif, apa yang ada dalam pikiran menjadi diabaikan karena proses pemikiran tidak bisa diamati secara jelas perubahan perilakunya. Tokoh-tokoh kunci dalam perkembangan teori behavioris adalah Ivan Pavlov, Watson, Thorndike, dan B.F Skinner.

Teori yang dikembangkan oleh Ivan Pavlov lebih banyak dikenal dengan bunyi bel. Hal ini dikarenakan Pavlov melakukan eksperimen dengan melibatkan makanan, anjing dan bel. Pavlov dikenal dengan karyanya tentang pengkondisian klasik atau substitusi stimulus.<sup>27</sup>

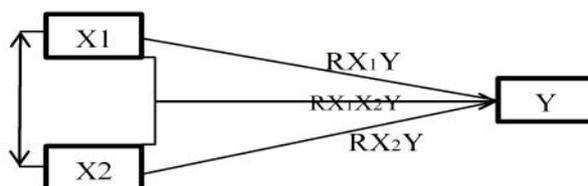
Sementara itu Thorndike menyatakan bahwa pembelajaran merupakan formasi sebuah koneksi antara stimulus dan respons. Teorinya dikenal dengan nama *koneksionisme*. Dalam teori koneksionisme, Thorndike mengungkapkan terdapat hukum efek, hukum latihan dan hukum kesiapan. Pada hukum efek dinyatakan bahwa ketika sebuah koneksi antara stimulus dan respons diberi imbalan positif maka koneksi diperkuat, dan ketika diberi imbalan negatif maka koneksi diperlemah, namun Thorndike

kemudian merivisi bahwa imbalan negatif tidak memperlemah ikatan dan imbalan positif belum tentu memperkuat koneksi.

### Paradigma Penelitian

Penelitian ini beranjak dari asumsi adanya hubungan yang positif dan signifikan dari intensitas penggunaan *smartphone* dan ketergantungan media sosial terhadap motivasi belajar siswa.

Hubungan ketiga variabel diatas, dapat digambarkan sebagai berikut :



X1 (Intensitas penggunaan *smartphone*) dan X2 (Ketergantungan media sosial) merupakan variabel bebas (*Independent variabel*), sedangkan Y (Motivasi belajar siswa), merupakan variabel terikat (*dependent variabel*).

### Pendekatan Penelitian

Dalam suatu penelitian seorang peneliti harus menggunakan jenis penelitian yang tepat. Hal ini dimaksud agar peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi serta langkah-langkah yang digunakan dalam mengatasi masalah tersebut. Berdasarkan metode penelitian, maka penelitian ini dikelompokkan ke dalam metode penelitian lapangan yang dilakukan untuk melihat hubungan intensitas penggunaan *smartphone* dan ketergantungan media sosial terhadap motivasi belajar siswa SMA Swasta Nur Azizi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

### Hasil Penelitian

#### 1. Intensitas Penggunaan Smartphone dengan Motivasi Belajar Siswa di SMA Swasta Nur Azizi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang

Hasil analisis kontribusi antara intensitas penggunaan *smartphone* terhadap motivasi belajar diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r_{x_1y}$ ) sebesar 0,165. Maka diketahui bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut berada pada kategori sangat rendah. Hubungan nyata antara intensitas penggunaan *smartphone* dan motivasi belajar ini ditandai dengan nilai signifikansi sebesar 0,135. Nilai koefisien determinasi sebesar 2,70% berarti kontribusi intensitas penggunaan *smartphone* terhadap motivasi belajar sebesar 2,70% dan sisanya sebesar 97,3 % dipengaruhi oleh faktor lain. Uji t yang dilakukan menunjukkan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $-1,508 < 1,664$  dengan df 82. Sehingga kontribusi intensitas penggunaan *smartphone* terhadap motivasi belajar di SMA Swasta Nur Azizi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang adalah tidak signifikan.

Selain itu, hasil perhitungan statistik pada variabel intensitas penggunaan *smartphone* diketahui kecenderungan motivasi belajar di SMA Swasta Nur Azizi pada kategori sangat tinggi sebesar 40,96%, kategori tinggi sebesar 32,53%, kategori rendah sebesar 20,48% dan kategori sangat rendah sebesar 6,03%. Data tersebut menunjukkan kecenderungan terbesar intensitas penggunaan *smartphone* di SMA Swasta Nur Azizi Kabupaten Deli Serdang pada kategori sangat rendah.

Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi itu tak mesti memiliki pengaruh dan hubungan yang baik untuk memotivasi suatu hal, terutama dalam memotivasi belajar. Terbukti intensitas penggunaan *smartphone* hanya memiliki kontribusi 2,70 % yang berarti hubungan antara intensitas penggunaan *smartphone* dengan motivasi belajar sangat rendah.

## **2. Tingkat Ketergantungan Media Sosial dengan Motivasi Belajar Siswa di SMA Swasta Nur Azizi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang**

Hasil analisis kontribusi antara tingkat ketergantungan media sosial terhadap motivasi belajar diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,352. Maka diketahui bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut berada pada kategori sangat rendah. Hubungan nyata antara tingkat ketergantungan media sosial dan motivasi belajar ini ditandai dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai koefisien determinasi sebesar 12,4% berarti kontribusi tingkat ketergantungan media sosial terhadap motivasi belajar sebesar 12,4% dan sisanya sebesar 87,6 % dipengaruhi oleh faktor lain. Uji t yang dilakukan menunjukkan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $3,384 < 1,664$  dengan df 82. Sehingga kontribusi tingkat ketergantungan media sosial terhadap motivasi belajar di SMA Swasta Nur Azizi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang adalah signifikan.

Selain itu, hasil perhitungan statistik pada variabel tingkat ketergantungan media sosial diketahui kecenderungan motivasi belajar di SMA Swasta Nur Azizi pada kategori sangat tinggi sebesar 24,09%, kategori tinggi sebesar 27,71%, kategori rendah sebesar 34,94% dan kategori sangat rendah sebesar 13,26%. Data tersebut menunjukkan kecenderungan terbesar tingkat ketergantungan media sosial di SMA Swasta Nur Azizi Kabupaten Deli Serdang pada kategori sangat tinggi.

## **3. Intensitas Penggunaan *Smartphone* dan Tingkat Ketergantungan Media Sosial dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Swasta Nur Azizi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang**

Hasil analisis kontribusi antara intensitas penggunaan *smartphone* terhadap motivasi belajar diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,165. Maka diketahui bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut berada pada kategori sangat rendah. Hubungan nyata antara intensitas penggunaan *smartphone* dan motivasi belajar ini ditandai dengan nilai signifikansi sebesar 0,135. Nilai koefisien determinasi sebesar 2,70% berarti kontribusi intensitas penggunaan *smartphone* terhadap motivasi belajar sebesar 2,70% dan sisanya sebesar 97,3 % dipengaruhi oleh faktor lain. Uji t yang dilakukan menunjukkan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $-1,508 < 1,664$  dengan df 82. Sehingga kontribusi intensitas penggunaan *smartphone* terhadap motivasi belajar di SMA Swasta Nur Azizi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang adalah tidak signifikan.

Selain itu, hasil perhitungan statistik pada variabel intensitas penggunaan *smartphone* diketahui kecenderungan motivasi belajar di SMA Swasta Nur Azizi pada kategori sangat tinggi sebesar 40,96%, kategori tinggi sebesar 32,53%, kategori rendah sebesar 20,48% dan kategori sangat rendah sebesar 6,03%. Data tersebut menunjukkan kecenderungan terbesar intensitas penggunaan *smartphone* di SMA Swasta Nur Azizi Kabupaten Deli Serdang pada kategori sangat tinggi.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat kontribusi intensitas penggunaan *smartphone* terhadap motivasi belajar siswa SMA Swasta Nur Azizi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang dengan nilai kontribusi sebesar 2,70%
2. Terdapat kontribusi tingkat ketergantungan media sosial terhadap motivasi belajar siswa SMA Swasta Nur Azizi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang dengan nilai kontribusi sebesar 12,4%
3. Terdapat kontribusi intensitas penggunaan *smartphone* dan tingkat ketergantungan media sosial terhadap motivasi belajar siswa SMA Swasta Nur Azizi Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang dengan nilai kontribusi sebesar 2,70%.

**Endnote:**

- <sup>1</sup> Dikutip dari <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>, Pada hari Sabtu, Tanggal 1 September 2018 Pukul. 14.00 WIB.
- <sup>2</sup> Silvia Fardila Soliha, "Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial dan Kecemasan Sosial" dalam *Jurnal Ilmiah INTERAKSI*, Vol. 4 No. 1, Januari 2015 (Pusat Penelitian Universitas Diponegoro Semarang: 2015), h. 2.
- <sup>3</sup> Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), h. 148-149.
- <sup>4</sup> Dikutip dari <https://kbbi.web.id/intensitas>, pada hari minggu, 21 Oktober 2018, Pukul 14.00 WIB
- <sup>5</sup> Departemen Pendidikan Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), h. 716
- <sup>6</sup> Dariyanto, *Teknik Handphone*, (Bandung: CV Yrama Widya, 2010), h. 2.
- <sup>7</sup> Daniel Hartono, dkk, *Menggunakan Smartphone/PDA Lebih Optimal*, (Bandung: Informatika, 2008), h. 2.
- <sup>8</sup> *Ibid.*, h. 3
- <sup>9</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Depok: Rajagrafindo, 2003), h. 181.
- <sup>10</sup> Onong Uchajana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*,... h. 290
- <sup>11</sup> C. Fuch, *Social Media a Critical Introduction*, (Los Angeles: SAGE Publications, 2014), h. 35-36.
- <sup>12</sup> Caroll dan Romano, *Your Digital Afterlife*, (Berkeley CA: New Riders, 2011), h. 142
- <sup>13</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 28
- <sup>14</sup> Lister et al., *New Media : Critical Introduction*, (London: 2013), h. 221
- <sup>15</sup> Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*,(Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014),h. 65-82.
- <sup>16</sup> Joseph D Straubhaar & Robert La Rose, *Media Now : Understanding Media, Culture, and Technology*, (USA : Wadsworth Group, 2011), h. 50.
- <sup>17</sup> Heru P. Winarso, *Sosiologi Komunikasi Massa*, ..., h. 115.
- <sup>18</sup> *Ibid.*, 115-116.
- <sup>19</sup> *Ibid.*, 118.
- <sup>20</sup> Nashar, *Peranan Motivasi dan Kemampuan awal dalam kegiatan Pembelajaran*, (Jakarta: Delia Press, 2004), h.39
- <sup>21</sup> *Ibid.*, h. 42
- <sup>22</sup> *Ibid.*, h. 42
- <sup>23</sup> Sudirman AM, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 83
- <sup>24</sup> Dimiyati dan Mudjiono. *Balajar dan Pembelajaran*. (Jakarta: Depdikbud. 1994), h. 89-92.
- <sup>25</sup> Sudirman, A.M, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta : Grafindo Persada. 2000), h.83.
- <sup>26</sup> Hamalik, Oemar, *Prosedur Belajar Mengajar*, (Jakarta : Bumi Aksara. 2003), h. 161.
- <sup>27</sup> Mark K. Smith,dkk, *Teori Pembelajaran dan Pengajaran*, (Yogyakarta: Mirza Media, 2009), h. 74

## Daftar Pustaka

- Caroll dan Romano, *Your Digital Afterlife*, (Berkeley CA: New Riders, 2011)
- Dariyanto, *Teknik Handphone*, (Bandung: CV Yrama Widya, 2010)
- Departemen Pendidikan Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003)
- Dimiyati dan Mudjiono. *Balajar dan Pembelajaran*. (Jakarta: Depdikbud. 1994)
- Djamarah, Syaiful Bahri, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2015)
- Effendy, Onong Uchajana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000)
- Fuch, C. *Social Media a Critical Introduction*, (Los Angeles: SAGE Publications, 2014)
- Hamalik, Oemar, *Prosedur Belajar Mengajar*, (Jakarta : Bumi Aksara. 2003)
- Hartono, Daniel, dkk, *Menggunakan Smartphone/PDA Lebih Optimal*, (Bandung: Informatika, 2008)
- Lister et al., *New Media : Critical Introduction*, (London: 2013)
- Mark K. Smith, dkk, *Teori Pembelajaran dan Pengajaran*, (Yogyakarta: Mirza Media, 2009)
- Nashar, *Peranan Motivasi dan Kemampuan awal dalam kegiatan Pembelajaran*, (Jakarta: Delia Press, 2004)
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017)
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Depok: Rajagrafindo, 2003)
- Onong Uchjana, Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013)
- Solihah, Silvia Fardila, “Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial dan Kecemasan Sosial” dalam *Jurnal Ilmiah INTERAKSI*, Vol. 4 No. 1, Januari 2015 (Pusat Penelitian Universitas Diponegoro Semarang: 2015)
- Straubhaar, Joseph D & Robert La Rose, *Media Now : Understanding Media, Culture, and Technology*, (USA : Wadsworth Group, 2011)
- Sudirman, A.M, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta : Grafindo Persada. 2000)
- Sudirman, AM, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011)
- Sugiharti, *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014)
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*, (Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014)

### Internet

<https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>, Pada hari Sabtu, Tanggal 1 September 2018 Pukul. 14.00 WIB.

---

<https://kbbi.web.id/intensitas>, pada hari minggu, 21 Oktober 2018, Pukul 14.00 WIB

---

