

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Media Facebook

Nyimas Sopiah

Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Darma
Jl. Ahmad Yani No.12 Palembang
Nyimas_sopiah@mail.binadarma.ac.id

Abstrak—Media Facebook merupakan salah satu situs jejaring sosial yang sangat diminati di Indonesia. Begitu juga dengan mahasiswa Universitas Bina Darma khususnya fakultas Ilmu Komputer. Variabel kepentingan mahasiswa menggunakan media Facebook terdapat 4 variabel yaitu Informasi, Kesenangan, Komunikasi dan Transaksi. Keempat variabel tersebut merupakan variabel bebas. Sedangkan variabel terikatnya adalah *attitude* mahasiswa yang menggunakan media Facebook. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa fakultas Ilmu Komputer dalam menggunakan media Facebook dan mengetahui apakah kepentingan penggunaan berinternet memiliki pengaruh terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan media Facebook. Berdasarkan hasil analisis, variabel yang berdasarkan urutan pertama adalah Kesenangan, Komunikasi, Informasi dan Transaksi.

Kata kunci—Facebook, Variabel Kesenangan, Komukasi, Informasi dan Transaksi.

I. PENDAHULUAN

Situs jaringan sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk (1) membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem dibatasi, (2) mengartikulasikan daftar pengguna lain dengan siapa mereka berbagi sambungan, dan (3) melihat dan melintasi daftar mereka koneksi dan yang dibuat oleh orang lain dalam sistem. Sifat dan tata nama koneksi ini dapat bervariasi dari situs ke situs [2].

Theory of Reasoned Action menjelas rencana dari tindakan atau *behavior* seseorang yang dipengaruhi oleh niat atau *intention* untuk melakukan tindakan tersebut, dan niat atau *intention* ini dipengaruhi oleh *attitude* dan *subjective norm* dari orang tersebut [8]. *Attitude* adalah perasaan negatif atau positif seseorang terhadap tindakan tertentu [3]. Sedangkan *subjective norm* diartikan sebagai persepsi seseorang bahwa sebagian besar dari orang yang penting baginya, berpikir bahwa sebaiknya melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu [4].

Universitas Bina Darma (UBD) merupakan salah satu universitas yang mempunyai misi yaitu menjadi universitas berstandar internasional berbasis teknologi informasi pada tahun 2025. Sudah kurang lebih 4 tahun yang lalu UBD memfasilitasi mahasiswa untuk bisa menggunakan media *wireless* di dalam mengakses internet. Media ini sudah sering digunakan mahasiswa di area kampus, baik di lingkungan

kelas, maupun lingkungan luar kelas di sekitar UBD. Tidak hanya fasilitas belajar (*e-learning*, web akademik dan lain-lain) yang digunakan mahasiswa untuk berinternet, tetapi juga situs jejaring sosial. Media internet yang banyak digunakan saat ini di UBD adalah situs jejaring sosial *Facebook*. *Facebook* merupakan media yang sangat populer di kalangan mahasiswa saat ini. Dampak penggunaannya belum dapat diketahui seberapa besar baik dan buruknya terhadap prestasi mahasiswa jurusan Ilmu Komputer.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa fakultas Ilmu Komputer dalam menggunakan media *Facebook*. 2) Mengetahui apakah kepentingan penggunaan berinternet memiliki pengaruh terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan media *Facebook*.

Manfaat bagi universitas adalah dapat menjadi masukan sejauh mana pengaruh penggunaan media *Facebook* bagi mahasiswa fakultas Ilmu Komputer UBD dan menjadi bahan kepustakaan dan ilmu pengetahuan. Sedangkan manfaat bagi penulis adalah dapat menambah wawasan dan mencari alternatif pemecahan masalah yang berhubungan dengan pengaruh media *Facebook* terhadap prestasi belajar mahasiswa.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Facebook

Facebook adalah situs jaringan sosial populer gratis yang memungkinkan pengguna terdaftar untuk membuat profil, upload foto dan video, mengirim pesan dan tetap berhubungan dengan teman, keluarga dan kolega. Situs, yang tersedia dalam 37 bahasa berbeda, termasuk fitur umum seperti: 1) *Marketplace* - memungkinkan anggota untuk mengirim, membaca dan menanggapi iklan baris. 2) *Groups* - memungkinkan anggota yang memiliki kepentingan bersama untuk menemukan satu sama lain dan berinteraksi. 3) Acara - memungkinkan anggota untuk mempublikasikan acara, mengundang tamu dan melacak yang berencana untuk hadir. 4) Halaman - memungkinkan anggota untuk membuat dan mempromosikan halaman publik dibangun di sekitar topik tertentu. 5) Kehadiran teknologi - memungkinkan anggota untuk melihat kontak yang sedang *online* dan *chatting* [10].

B. Perilaku Pengguna

Theory of reasoned action dikemukakan pertama kali oleh Fishbein & Azjen pada tahun 1975 [6]. *Theory of Reasoned Action* menjelaskan rencana dari tindakan atau *behavior* seseorang yang dipengaruhi oleh niat atau *intention* untuk melakukan tindakan tersebut, dan niat atau *intention* ini dipengaruhi oleh *attitude* dan *subjective norm* dari orang tersebut [8]. *Attitude* adalah perasaan negatif atau positif seseorang terhadap tindakan tertentu [3]. Sedangkan *subjective norm* diartikan sebagai persepsi seseorang bahwa sebagian besar dari orang yang penting baginya, berpikir bahwa sebaiknya melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu [4].

C. Kepentingan Pengguna Internet

Wayne Buente dan Alice Robbin [1] melakukan studi atau investigasi tentang trend aktivitas-aktivitas informasi *internet* warga Amerika antara Maret 2000 hingga Nopember 2004 dan telah berhasil mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas *internet* menjadi empat dimensi kepentingan penggunaan *internet*. Dimensi-dimensi ini adalah informasi (*information utility*), kesenangan (*leisure/fun activities*), komunikasi (*communication*), dan transaksi (*transaction*). Klasifikasi dimensi kepentingan pengguna internet dapat dilihat pada Tabel 1.

TABEL 1. KLASIFIKASI DIMENSI KEPENTINGAN PENGGUNA INTERNET MENURUT WAYNE BUENTE DAN ALICE ROBBIN [1]

Dimensi Kepentingan Penggunaan Internet	Contoh Aktivitas Internet
Informasi (<i>Information Utility</i>)	Memperoleh informasi atau berita <i>online</i> .
Kesenangan (<i>Leisure/fun activities</i>)	<i>Online</i> untuk alasan yang tidak istimewa, hanya untuk kesenangan atau untuk menghabiskan waktu.
Komunikasi (<i>Communication</i>)	Mengirim atau menerima pesan, misalnya <i>Email</i> .
Transaksi (<i>Transactions</i>)	Membeli produk secara <i>online</i> , misalnya buku, musik, mainan atau pakaian.

D. Penelitian Sebelumnya

Penelitian pertama adalah penelitian yang dibuat oleh Agustin Dyah Utami, Bambang Eka Purnama [5] tentang Pemanfaatan Jejaring Sosial (*Facebook*) Sebagai Media Bisnis *Online* (studi kasus di batik Solo 85). Penelitian ini mengungkapkan bahwa dengan *facebook* penjualan relatif meningkat daripada sebelumnya yang hanya menggunakan metode penjualan konvensional.

Penelitian kedua berasal dari Christopher Sibona and Jae Hoon Choi [7]. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan dari *Facebook* berkontribusi terhadap kepuasan pengguna akhir. Penelitian ini menggunakan TAM dengan umur, jenis kelamin, apakah orang tersebut tinggal di Amerika Serikat (AS), teman-teman, jumlah teman dengan siapa orang tersebut berinteraksi, dan tahun situs jejaring sosial digunakan sebagai

variabel kontrol. Hasil penelitiannya adalah pengguna yang lebih tua menganggap situs akan lebih sulit untuk digunakan dibandingkan pengguna yang lebih muda. Pengguna Perempuan menganggap *Facebook* lebih berguna daripada pengguna laki-laki. Jenis kelamin tidak berpengaruh kepuasan di *Facebook* baik. Pengguna AS berbasis *Facebook* menemukan situs yang akan lebih berguna daripada mereka yang tinggal di luar AS, namun, tidak ada perbedaan yang dirasakan kemudahan penggunaan atau kepuasan berdasarkan lokasi. Jumlah teman pada variabel kontrol adalah penting dalam bahwa itu efek ketiga membangun dan merupakan variabel kontrol hanya untuk melakukannya. Ketika pengguna memiliki lebih banyak teman, mereka telah lebih tinggi dirasakan *easy to use*, dan kepuasan dari pengguna yang memiliki sedikit teman. Secara umum, peningkatan jumlah interaksi dengan pengguna dapat menyebabkan pengguna untuk menggunakan situs meningkat, yang membuat pengguna merasa lebih nyaman dengan situs. Namun, jumlah teman-teman dengan siapa orang berinteraksi tidak mempengaruhi kepuasan.

III. METODE PENELITIAN

A. Tipe (Desain) Penelitian

Penelitian ini dirancang dalam bentuk penelitian deskriptif. Untuk mendeskripsikan setiap variabel dan mencari korelasi serta pengaruh-pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, desain penelitiannya harus disesuaikan. Desain penelitian yang akan digunakan adalah desain kausal yang bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Buente dan Robbin (2008) mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas internet menjadi empat dimensi kepentingan penggunaan internet. Dimensi-dimensi (sebagai variabel bebas) ini adalah informasi (X1), kesenangan (X2), komunikasi (X3), dan transaksi (X4). Sedangkan variabel terikat adalah perilaku (Y).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah Universitas Bina Darma yang berada di jalan Ahmad Yani No.12 Palembang.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam penelitian ini berasal dari populasi mahasiswa fakultas Ilmu Komputer yang masih aktif. Jumlah sampelnya menggunakan metode Slovin, dengan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2} = \frac{8000}{1 + 8000 (0,05)^2} = 380,95 \dots (1)$$

Dari rumus di atas, maka dapat disimpulkan sampelnya terdiri dari 381 mahasiswa. Data yang terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis dengan menggunakan paket SPSS (*Statistical Products and Service Solution*) versi 12.

D. Definisi Operasional

Tiap-tiap variabel penelitian didefinisikan, dioperasionalkan dan diukur skalanya. Untuk variabel bebas yaitu informasi (X1) terdiri dari 3 dimensi yaitu waktu (waktu yang digunakan untuk mengakses berita/informasi, berita/informasi/status dari *facebook*). Ukurannya yaitu tingkat

kegunaan dan skalanya menggunakan skala interval. Dimensi yang kedua adalah Isi (berita/informasi/status di *facebook* relevan dengan kepentinganku, berita/informasi/status di *facebook* membuat informasi yang diterima *up-to-date*). Ukurannya yaitu tingkat kepentingan dan skalanya menggunakan skala ordinal. Dimensi yang ketiga adalah bentuk (tampilan di *facebook* dapat dilihat dengan jelas, tampilan di *facebook* sangat menarik, dan tampilan di *facebook* dapat diubah setiap waktu). Ukurannya yaitu tingkat kecepatan dan skalanya menggunakan skala ordinal.

Variabel bebas yang kedua yaitu kesenangan (X2) mempunyai indikator *online* internet di *facebook* digunakan untuk chatting, *online* di *facebook* digunakan untuk melihat status orang lain dan *online* di *facebook* digunakan untuk membuat status yang *happy*. Ukurannya yaitu tingkat kepentingan dan skalanya menggunakan skala ordinal.

Variabel bebas ketiga yaitu komunikasi (X3) mempunyai indikator *online* di *facebook* digunakan untuk berkirim informasi melalui status, *online* di *facebook* digunakan untuk berkirim informasi melalui pesan. Ukurannya yaitu tingkat kepentingan dan skalanya menggunakan skala ordinal.

Variabel bebas keempat yaitu transaksi (X4) mempunyai indikator *online* di *facebook* digunakan untuk membeli produk secara *online* dan *online* internet di *facebook* digunakan untuk menjual produk secara *online*. Ukurannya yaitu tingkat kepentingan dan skalanya menggunakan skala interval. Sedangkan variabel terikat yaitu perilaku / *attitude* (Y) mempunyai indikator *online* di *facebook* membuat saya selalu berpikiran positif dan *online* di *facebook* membuat saya selalu berpikiran negatif. Ukurannya yaitu tingkat kepuasan dan skalanya menggunakan skala ordinal.

E. Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

- H₁. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Informasi menggunakan *facebook* terhadap *Attitude* mahasiswa.
- H₂. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kesenangan menggunakan *facebook* terhadap *Attitude* mahasiswa.
- H₃. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Komunikasi menggunakan *facebook* terhadap *Attitude* mahasiswa.
- H₄. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Transaksi menggunakan *facebook* terhadap *Attitude* mahasiswa.
- H₅. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Informasi, Kesenangan, Komunikasi dan Transaksi menggunakan *facebook* terhadap *Attitude* mahasiswa.

F. Instrumen Penelitian

Penarikan sampel yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan jawaban yang tersedia berupa angka-angka interval dari 1 sampai 5. Kuesioner tersebut diuji coba kepada 381 responden yang terdiri dari program studi program studi Sistem Informasi (100 mahasiswa), Teknik Informatika (100 mahasiswa), Manajemen Informatika (81 mahasiswa), Komputerisasi Akuntansi (50 mahasiswa) dan Teknik Komputer (50 mahasiswa). Indikator/item yang digunakan

dalam mengukur setiap variabel adalah bersifat formatif. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan teknik *Cronbach's Alpha* melalui program SPSS.

G. Sumber (Jenis Data)

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari orang dan benda. Orang yang dimaksud merupakan informan yang digunakan sebagai subjek untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan peneliti, sedangkan benda merupakan sumber data dalam bentuk dokumen seperti artikel dalam jurnal, buku referensi dan berita yang mendukung tercapainya tujuan penelitian.

H. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer, dengan cara mengambil sampel menggunakan kuisioner.

I. Teknik Analisis Data

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan dua macam pengujian [9], yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji kesungguhan jawaban responden. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistik menggunakan metode *Regresi Linier Berganda*, karena variabel independen yang digunakan lebih dari satu variabel. Dari hasil hipotesis menggunakan regresi linier berganda ada 2 (dua) persyaratan uji analisis yang dilakukan yaitu uji normalitas dan uji heterokedastisitas.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 229 mahasiswa laki-laki dan 152 mahasiswa perempuan. Sedangkan berdasarkan program studi, di mana terdiri dari 100 mahasiswa untuk program studi Teknik Informatika, 100 mahasiswa untuk program studi Sistem Informasi, 81 mahasiswa untuk program studi Manajemen Informatika, 50 mahasiswa untuk program studi Komputerisasi Akuntansi dan 50 mahasiswa untuk program studi Teknik Informatika.

B. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel bebas yang pertama adalah Informasi (X1). Variabel ini mendapatkan jawaban merasa setuju sebanyak 60% yang juga merupakan jawaban yang tertinggi. Variabel bebas yang kedua yaitu kesenangan (X2). Variabel ini mendapatkan jawaban tertinggi merasa setuju sebanyak 70%. Berikutnya adalah variabel ketiga yaitu komunikasi (X3). Variabel ini mendapatkan jawaban tertinggi adalah merasa sangat setuju sebanyak 40%. Sedangkan variabel bebas yang keempat adalah variabel transaksi (X4). Pada variabel ini jawaban tertinggi adalah setuju yang mendapat persentase sebesar 31%.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku (*attitude*). Jawaban merasa ragu-ragu pada variabel ini sebesar 45%, yang juga merupakan jawaban tertinggi.

C. Analisis Statistik Induktif/Infrensial

Dalam penelitian ini $N = 381$, maka r -Tabel dengan taraf signifikan 5% adalah 0.098. Untuk variabel bebas informasi

(X1), sebanyak 6 pertanyaan dapat dinyatakan valid. Variabel bebas yang kedua kesenangan (X2) sebanyak 2 pertanyaan dapat dinyatakan valid. Variabel bebas yang ketiga komunikasi (X3), semua item pertanyaan untuk variabel X3 dapat dinyatakan valid. Variabel bebas yang keempat transaksi (X4), semua item pertanyaan untuk variabel X4 dapat dinyatakan valid. Begitu juga dengan variabel terikat perilaku (*attitude*) yang dinyatakan valid.

Koefisien alpha atau *Cronbach's Alpha* digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat reliabilitas atau konsistensi internal diantara butir-butir pertanyaan dalam suatu instrument. Indikator/item yang digunakan dalam mengukur setiap variabel adalah bersifat formatif. Item pengukuran dikatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien alpha lebih besar dari 0.6. Variabel bebas dan variabel terikat dinyatakan reliabel karena nilainya lebih dari 0.6.

D. Uji Persyaratan Analisis Regresi Berganda

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal dalam suatu model regresi dapat dilihat pada grafik normal P-P plot, dimana bila titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.

Pengujian heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain dengan dasar pengambilan keputusan. Hasil menunjukkan bahwa pada grafik *scatterplot* terlihat titik-titik yang menyebar secara acak dan data menyebar dengan baik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

E. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Pengolahan data dengan SPSS memperlihatkan hasil uji regresi linier, di mana nilai B untuk konstanta adalah 1.047, untuk variabel Informasi 0.222, variabel Kesenangan 0.236, variabel Komunikasi 0.240, variabel Transaksi 0.271. sehingga hasil F hitung adalah 13.984, Signifikansi bernilai 0.0, R bernilai 0.551 dan R² bernilai 0.304.

F. Koefisien Determinasi Berganda dan Koefisien Korelasi Berganda

Nilai koefisien penentu (determinasi) yang ditunjukkan oleh besarnya R² = 0.304 menyatakan bahwa pada tingkat $\alpha = 0.05$ pengaruh variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap penggunaan media *Facebook* adalah cukup kuat dan signifikan karena angka tersebut positif dan jauh di atas 0.05. Hal ini juga menggambarkan bahwa 30.4 % variasi *attitude* mahasiswa dapat dijelaskan oleh variasi variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi*, sedangkan sisanya sebesar 69.6 % dijelaskan oleh variabel lainnya.

Koefisien korelasi berganda (R) = 0.551 menunjukkan adanya hubungan secara bersama-sama yang cukup kuat

antara variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap variabel *attitude* mahasiswa.

G. Pembuktian Hipotesis

Dengan mengambil taraf signifikan sebesar 5% maka dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 ($p < 0,05$) maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya dapat disimpulkan bahwa ada hubungan secara linear antara *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan media *Facebook*. Hal ini berarti variasi dari model regresi berhasil menerangkan pengaruh variasi variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* secara keseluruhan terhadap *attitude* mahasiswa.

Pembuktian hipotesis kedua (uji t) variabel bebas informasi (X1), kesenangan (X2), komunikasi (X3) dan transaksi (X4) menyatakan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari informasi (X1), kesenangan (X2), komunikasi (X3) dan transaksi (X4) secara parsial terhadap variabel *attitude* mahasiswa.

H. Kepentingan Mahasiswa Menggunakan Media Facebook Berdasarkan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil keseluruhan analisis statistik korelasional tersebut di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara *Informasi* (X1), *Kesenangan* (X2), *Komunikasi* (X3) dan *Transaksi* (X4) terhadap variabel *attitude* Mahasiswa (Y).

I. Kepentingan Pengguna Media Facebook Berdasarkan Attitude Mahasiswa

Attitude mahasiswa merupakan salah satu faktor yang menentukan mahasiswa dalam menggunakan media *facebook*. Untuk menentukan *attitude* mahasiswa dapat diukur dari kepentingan mahasiswa menggunakan media *facebook* yang terdiri dari 4 variabel yaitu informasi, kesenangan, komunikasi dan transaksi.

Variabel bebas pertama adalah informasi, yang merupakan salah satu faktor yang digunakan mahasiswa menggunakan media *facebook*. Informasi yang ditampilkan di media *facebook* dapat berupa status dari pertemanan, berita dari website, atau dapat juga berupa video. Mahasiswa tidak hanya mengakses informasi pada media *facebook*, tetapi juga dapat mendownload informasi tersebut. Informasi yang didapatkan juga berguna dan dapat dengan jelas mereka lihat di media *facebook*. Begitu juga dengan informasi yang *up to date*, berita yang ditampilkan lewat pertemanan melalui media *facebook* membuat mahasiswa dapat mengetahui berita-berita yang ada dapat dilihat secara *up to date*. Begitu juga dengan informasi dibuat sendiri oleh mahasiswa. Teman-teman mereka juga dapat mengakses berita tersebut. Variabel informasi merupakan variabel ketiga yang diminati mahasiswa untuk menggunakan media *facebook*.

Variabel bebas kedua adalah kesenangan yang merupakan salah satu faktor yang menentukan di dalam menggunakan media *facebook*. Contoh kesenangan ini sendiri adalah untuk membuat status sendiri, melihat status teman, dan bermain games. Variabel kesenangan merupakan variabel pertama yang diminati mahasiswa untuk menggunakan media *facebook*.

Variabel komunikasi merupakan salah satu faktor yang menentukan di dalam menggunakan media *Facebook*. Mahasiswa dapat berkomunikasi melalui media chatting dan mengirimkan pesan (*message*) di *facebook*. Artinya bahwa komunikasi juga merupakan salah satu faktor yang menentukan mahasiswa di dalam menggunakan media *facebook*. Variabel komunikasi merupakan variabel kedua yang diminati mahasiswa untuk menggunakan media *facebook*.

Variabel transaksi merupakan salah satu faktor yang menentukan di dalam menggunakan media *facebook*. Mahasiswa dapat melakukan pembelian dan penjualan produk secara online melalui media *Facebook* ini. Artinya bahwa komunikasi juga merupakan salah satu faktor yang menentukan mahasiswa di dalam menggunakan media *facebook*. Variabel transaksi merupakan variabel keempat yang diminati mahasiswa untuk menggunakan media *facebook*.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan serta sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian, maka diambil kesimpulan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan nilai *t* hitung dan tingkat signifikan kepentingan pengguna media *facebook* yaitu *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* yang diperoleh menunjukkan bahwa memang ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan media *facebook*.
- 2) Berdasarkan nilai *f* hitung dan tingkat signifikan masing-masing variabel, yang mendapatkan urutan pertama adalah variabel kesenangan, kedua adalah komunikasi, ketiga adalah informasi dan terakhir adalah transaksi.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis serta kesimpulan, maka penulis menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

- 1) Dari empat variabel kepentingan pengguna media *facebook*, hasil pengolahan menunjukkan bahwa variabel *Transaksi* menunjukkan jawaban responden yang paling rendah. Dari hal ini dapat dijadikan masukan bagi pembaca khususnya mahasiswa fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Darma untuk tidak hanya mengisi waktu luang mereka dengan kesenangan semata, tetapi juga bisa memanfaatkan media *facebook* tersebut untuk berwirausaha dengan melakukan penjualan produk.

Fakultas Ilmu Komputer telah mempunyai kurikulum yang berbasis kompetensi, di mana terdapat mata kuliah kewirausahaan. Dengan menerapkan mata kuliah tersebut, fasilitas media *facebook* dapat digunakan sebagai media untuk berwirausaha. Sehingga diharapkan setelah keluar dari Universitas Bina Darma tidak hanya mengharapkan bekerja dengan orang lain, tetapi dapat membuka usaha sendiri.

- 2) Selanjutnya setelah variabel *Transaksi* adalah variabel *Informasi* yang juga menunjukkan nilai rendah. Dalam hal ini dapat dijadikan masukan bagi pembaca khususnya mahasiswa fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Darma untuk dapat mengisi waktu luang mereka dengan mencari informasi di media *facebook*, khususnya yang berkaitan dengan bahan kuliah. Sehingga diharapkan dapat menambah wawasan mereka dalam penguasaan bidang ilmu terutama bidang ilmu komputer.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Buente, Wayne dan Alice Robbin, "Trends in Internet Information Behavior: 2000-2004". <http://eprints.rclis.org/13679/1/RobbinTrends-2008Jun2-EntirePaper.pdf>, Journal of the American Society for Information Science, 2008.
- [2] Boyd, D. M., & Ellison, N. B., "Social network sites: Definition, history, and scholarship", http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd_ellison.html, Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11. 2007.
- [3] Davis, F.D., Bagozi, R.P., Warshaw, P.R., "Management Science", <http://areadocenti.eco.unicans.it/virili/OSI/Davis>, vol. 35 No.8. 1989.
- [4] Dillon, A., & Morris. M., "Power, Perception and Performance: From Usability Engineering to Technology Acceptance with the P3 Model of User Response", <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.2.486&rep=rep1&type=pdf>, Journal Electronic Commerce Research, 1996.
- [5] Dyah, Agustin, Utami Bambang Eka Purnama, "Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus di Batik Solo 85)", Jurnal Seruni FTI UNSA 2012 Volume 1.
- [6] Mao & Palvia, "Theory of Reasoned Action", 2001.
- [7] Sibona, Christopher and Jae Hoon Choi, "Factors Affecting End-User Satisfaction on Facebook", Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, 2012, pp. 575-578.
- [8] Teo, T.S.H, and Pok, S.H., "Adoption of WAP-Enabled Mobile Phones Among Internet User. Elsevier Ltd", <http://www.bschool.nus.edu.sg/staff/bizteosh/TeoPokOmega2003WAP.pdf>, 2003.
- [9] Umar, Husein.. "Metode Riset akuntansi Terapan", Jakarta: Ghalia Indonesia. 2003
- [10] <http://whatis.techtarget.com/definition/facebook.html>