

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA JEJARING SOSIAL FACEBOOK
TERHADAP KEGIATAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS DI JAKARTA
(STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS BUNDA MULIA,
TARUMANAGARA DAN STIE TRISAKTI)**

Oktafalia Marisa

Email: omuzammil@bundamulia.ac.id

Penulis

Oktafalia Marisa adalah pengajar di Universitas Bunda Mulia dengan peminatan pada bidang Kuantitatif, Keuangan, dan Perbankan.

Abstract

Social networking is a phenomenon in Indonesia, almost all communities have and actively use an account at social networking. The phenomenon has changed the initial function of social networking. Many activities carried out through social networking. Facebook, with a number of accessor, turns out to encourage universities in Indonesia to take part in utilizing this social networking. Almost all universities have an official account to accommodate their activities. This research took the Bunda Mulia University, STIE Trisakti and, Tarumanagara University as samples to conduct research on the effectiveness of communication activities facebook universities in Indonesia. The results shown us, facebook was considered effective as a means of communication for students.

Key Words

Social Media, communication, and Effectivity

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Perkembangan jejaring sosial adalah suatu fenomena nyata dunia. Ungkapan ini tidak bisa dinyatakan sebagai suatu ungkapan yang mengada-ada terutama bila melihat perkembangannya dalam 2-3 tahun terakhir. Media Jejaring sosial, semacam **Twitter**, **Facebook** dan bahkan yang terbaru **foursquare** yaitu, suatu situs jejaring sosial berbasis lokasi telah menyedot perhatian massa secara luas, hal ini dibuktikan dengan bercokolnya

facebook di urutan ke lima daftar situs yang paling banyak dikunjungi sepanjang tahun 2009 yang lalu. Berangkat dari fakta ini, facebook kemudian terpilih menjadi salah satu topik yang menarik dalam penelitian kali ini.

Pada sebuah artikel bahkan dikatakan, “Indonesia saat ini telah menjadi *“the Republic of the Facebook”* (Putra, 2009). Itulah *headlines* menarik yang ditulis oleh Budi Putra mantan editor Harian Tempo yang dirilis oleh CNET Asia portal IT terkemuka di Asia pada awal bulan Januari 2009 lalu untuk menggambarkan betapa besarnya jumlah pengguna akun facebook di Indonesia (Linkedin.com; 2009). Ungkapan ini terinspirasi oleh perkembangan penggunaan Facebook oleh masyarakat Indonesia yang mencapai pertumbuhan 645% pada tahun 2008. Pencapaian yang luar biasa sejak facebook diperkenalkan pertama kali oleh Mark Zuckeberg. “Prestasi” ini menjadikan Indonesia sebagai *“the fastest growing country on Facebook in Southeast Asia”*.

Dengan adanya indikasi tersebut jelas menunjukkan betapa facebook sangat populer dan efektif sehingga tidak heran di kemudian hari semua lini bisnis mulai ikut memanfaatkan situs ini. Bagaimana halnya dengan Universitas yang notabene sangat dekat dengan dunia remaja? Hampir seluruh universitas di Indonesia pun ternyata telah memiliki akun dalam situs ini, untuk kegiatan promosi dan menginformasikan berita dan kegiatan unversitas tersebut sampai dengan menampung keluhan para mahasiswa dari kampus yang bersangkutan. Kegiatan komunikasi dalam promosi yang dimaksud dalam penelitian ini acalah kegiatan dua arah dari mahasiswa dan universitas melalui media situs *online*. Universitas saat ini sudah terbiasa menggunakan situs facebook untuk menyampaikan informasi bagi para mahasiswa. Baik itu informasi akademik maupun informasi non akademik. Begitu juga sebaliknya mahasiswa lebih banyak memilih untuk menyampaikan keluhan dan sarannya untuk universitas melalui akun yang satu ini. Setiap ini universitas meskipun memiliki akun dengan fasilitas berbeda namun ternyata memiliki kebijakan yang berbeda-dalam penggunaan akun ini. Ada beberapa universitas yang sekedar memiliki akun namun jarang meng *up-date* berita, namun ada juga yang sangat rutin untuk meng *up date* informasi melalui akun ini. Penelitian ini ingin

mengetahui perbedaan efektivitas dari penggunaan akun ini di beberapa universitas swasta di Jakarta.

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui efektif atau tidaknya pemanfaatan akun resmi fakultas/jurusan pada jejaring sosial facebook sebagai sarana komunikasi pada masing-masing universitas.
2. Setelah diketahui efektifitasnya secara parsial, maka kemudian di uji juga apakah terdapat perbedaan efektifitas proses komunikasi dengan menggunakan jejaring sosial facebook diantara ke tiga subjek penelitian, yaitu Universitas Bunda Mulia, Tarumanagara dan STIE Trisakti.
3. Sejauh manakah mutu informasi yang diperoleh oleh mahasiswa dari pemanfaatan akun facebook tersebut.

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui efektif atau tidaknya pemanfaatan akun resmi fakultas/jurusan pada jejaring sosial facebook sebagai sarana komunikasi pada masing-masing universitas.
2. Untuk diketahui efektifitasnya secara parsial, maka kemudian di uji juga apakah terdapat perbedaan efektifitas proses komunikasi dengan menggunakan jejaring sosial facebook di antara ke tiga subjek penelitian, yaitu Universitas Bunda Mulia, Tarumanagara dan STIE Trisakti.
3. Untuk mengetahui Sejauh manakah mutu informasi yang diperoleh oleh mahasiswa dari pemanfaatan akun facebook tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

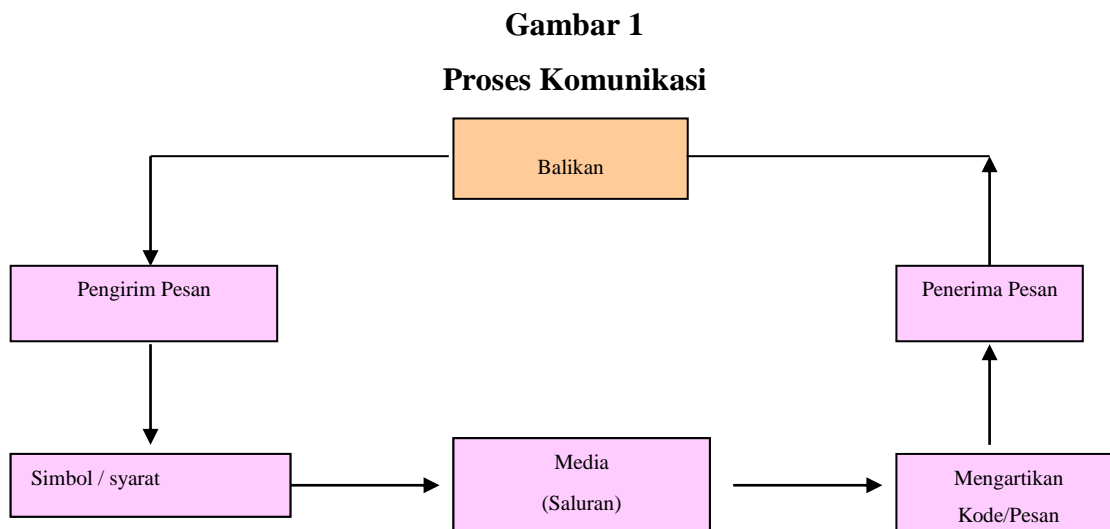
Informasi

Informasi (Davis 2008) adalah, “data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang penting bagi si penerima dan mempunyai nilai yang nyata yang dapat dirasakan dalam keputusan-keputusan yang sekarang atau keputusan-keputusan yang akan datang”. Definisi lain dari informasi (Terry 2005) ialah “Informasi adalah pengumpulan atau pengolahan data untuk memberikan pengetahuan atau keterangan.”

Komunikasi Pemasaran

Dalam kehidupan sosial suatu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya dibutuhkan komunikasi. Komunikasi ini memungkinkan dari satu individu untuk mendapatkan barang atau produk lainnya untuk memenuhi kebutuhan. Konsep inilah yang dikembangkan dan menjadi konsep untuk lahirnya promosi yang dikemas menjadi istilah **komunikasi pemasaran**.

Beberapa definisi komunikasi adalah: “Komunikasi adalah kegiatan perilaku atau kegiatan penyampaian pesan atau informasi tentang pikiran atau perasaan” (Eliis, Gates and kenwarthy 2005). Pengertian lain dari komunikasi di ungkapkan oleh wikipedia sebagai berikut: “komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya. Proses komunikasi dapat dilihat pada skema dibawah ini :



Promosi seringkali dihubungkan dengan penjualan tetapi kenyataannya promosi mempunyai arti yang lebih luas dari penjualan karena penjualan hanya berhubungan dengan pertukaran hak milik yang dilakukan oleh tenaga penjual, sedangkan promosi adalah setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk atau mempengaruhi konsumen untuk tetap menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut.

Kelebihan Facebook

Beberapa Kelebihan **Facebook** dibanding situs media jejaring sosial lainnya :

1. Facebook merupakan situs jaringan sosial terbesar di dunia saat ini.
2. Tampilan facebook lebih simpel dibanding situs jaringan sosial lainnya yang lebih menonjolkan grafis seperti friendster, myspace, dll.
3. Menu lebih lengkap dan mudah untuk dimengerti sehingga memudahkan facebooker yang masih pemula
4. Di facebook kita dapat mengetahui siapa-siapa saja teman kita yang sedang online dan dapat melakukan *chatting* dengan mudah.
5. Dalam hal translate bahasa, facebook nomer satu. Karena facebook menyediakan layanan *translate* bahasa-bahasa yang lebih lengkap.
6. Di facebook, anda akan merasa sangat nyaman karena tidak adanya iklan yang tampil di profil facebook anda.
7. Info-info facebook lebih lengkap seperti lowongan pekerjaan, universitas, dll.
8. Keamanan *account* relatif terjamin.
9. Aplikasi di facebook tidak kalah menarik dengan aplikasi situs jaringan sosial lainnya.
10. Kebanyakan artis, pejabat, penyayi, grup band, dll. Menggunakan facebook sebagai situs jaringan sosial yang mereka andalkan sehingga hal ini menjadi daya tarik sendiri bagi para pengguna facebook.

Kelebihan Promosi melalui media Facebook

Promosi yang dilakukan melalui situs jejaring sosial seperti Facebook memang sangat efektif dilakukan saat ini mengingat sudah banyak sekali orang yang memiliki akun Facebook. Beberapa kelebihan yang ditawarkan adalah:

1.Tidak terikat tempat dan waktu. Promosi lewat Facebook bisa dilakukan dan dilihat di mana saja dan kapan saja selama server Facebook tidak sedang *down* tentunya.

2.Lebih mudah menerima *feedback*. Salah satu kelebihan Facebook adalah komentar-komentar yang diberikan dapat dilihat secara *live* dan mudah dalam memberikan komentar. Selain itu, ketika grup itu menerima komentar, maka semua orang yang pernah berkomentar walaupun bukan anggota grup itu sekalipun akan menerima notifikasi sehingga memancing perhatiannya untuk melihat komentar terbaru

3.Lebih mudah menarik perhatian. Banyaknya orang yang memiliki akun Facebook akan memudahkan proses publikasi dari promosi itu sendiri. Ketika kita membuat grup, otomatis akan mengundang semua teman kita, dan teman dari teman kita akan mendapat notifikasi bahwa temannya telah gabung di grup tertentu sehingga ia tertarik untuk gabung, begitu seterusnya mengalir

METODOLOGI PENELITIAN

Subjek dan Objek Penelitian

Dalam hal ini subjek penelitiannya adalah Universitas Bunda Mulia, Universitas Tarumanagara dan STIE Trisakti dimana ketiga universitas ini telah memiliki dan memanfaatkan akun facebook untuk kegiatan-kegiatan yang mereka adakan. Objek dari penelitian ini sendiri adalah efektivitas Media Jejaring Sosial Facebook terhadap kegiatan Komunikasi dan Promosi Universitas di Jakarta.

Pemilihan Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2005) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang

menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa angkatan 2010 dari Universitas Bunda Mulia, Universitas Tarumanagara dan STIE Trisakti. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah pengambilan sample *non probability sampling*, yaitu purposive sampling dimana semua elemen populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. (Husein, 2005:90), dengan kriteria pemilihan sampel adalah yang bersangkutan adalah mahasiswa jurusan Manajemen angkatan 2007, hal ini diperlukan karena mahasiswa dengan angkatan tersebut mengalami proses komunikasi bukan dengan jejaring sosial dan melalui jejaring sosial facebook.

Sampel yang ditarik adalah juga dengan menggunakan teknik kuota sampling dengan demikian penelitian ini akan membatasi jumlah kuota dari mahasiswa masing-masing Universitas Bunda Mulia, Universitas Tarumanagara dan STIE Trisakti sebanyak 50 mahasiswa dari tiap-tiap universitas.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner (angket). Kuesioner dalam penelitian ini adalah suatu daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden (*sample* penelitian) kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari kuesioner atas kuesioner perbandingan efektifitas penyampaian informasi kegiatan universitas dengan menggunakan akun facebook dikalangan mahasiswa.

Teknik Analisa Data

Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah menyebarkan kuesioner maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan program *SPSS* versi 16.00.

Uji Validitas

Menurut Stanislaus S. Uyanto, Ph. D. (2009), suatu penelitian dikatakan valid apabila *Cronbach's Alpha if Item Deleted* lebih kecil dari nilai *Cronbach Alpha*. Tetapi jika nilai

Cronbach's Alpha if item Deleted lebih besar dari nilai *Alpha Cronbach*, maka variable penelitian dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Stanislaus S. Uyanto, Ph. D. (2009) reliabilitas suatu konstruk variable dikatakan baik, jika *Cronbach's Alpha* > 0,7 maka *Cronbach's Alpha acceptable* (dapat diterima), maka variable penelitian Reliabel. Tetapi jika *Cronbach's Alpha* < 0,7 maka *Cronbach's Alpha poor acceptable* (tidak dapat diterima), maka variable penelitian tidak dapat reliabel.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk pengumpulan data, peringkasan, penyajian data sehingga memberikan informasi yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini seperti yang sudah diuraikan diatas akan merangkum hasil dari kuesioner yang disebarakan oleh seluruh anggota penelitian

Setelah terkumpul kuesioner dan melalui uji validitas dan reliabilitas tersebut kemudian akan di bandingkan efektifitas dari masing-masing proses komunikasi mahasiswa melalui akun facebook tiap-tiap universitas. Setelah itu kemudian akan dilakukan uji kruskall wallis dikarenakan data dari penelitian ini merupakan data ordinal yang harus diperlakukan sebagai statistik non parametri dan untuk melihat perbedaan yang signifikan dari efektifitas penyampaian informasi kegiatan universitas dengan menggunakan akun resmi facebook dikalangan mahasiswa ketiga universitas yang menjadi subjek dalam penelitian kali ini.

Uji Perbedaan dengan menggunakan uji Kruskall Wallis

Uji Kruskal-Wallis adalah uji nonparametrik yang digunakan untuk membandingkan tiga atau lebih kelompok data sampel. *Uji Kruskal-Wallis* digunakan ketika **asumsi ANOVA** tidak terpenuhi. Pada ANOVA, kita asumsikan bahwa distribusi dari masing-masing kelompok harus terdistribusi secara normal. Dalam *uji Kruskal-Wallis*, tidak diperlukan asumsi tersebut, sehingga *uji Kruskal-Wallis* adalah uji

distribusi bebas. Jika asumsi normalitas terpenuhi, maka uji **Kruskal-Wallis** tidak sekuat ANOVA.

Uji Kruskal Wallis harus memenuhi asumsi berikut ini:

1. Sampel ditarik dari populasi secara acak
2. Kasus masing-masing kelompok independen/tidak saling mempengaruhi
3. Skala pengukuran yang digunakan biasanya ordinal kelompok independen

Adapun langkah-langkah dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

I. Penentuan Hipotesis:

H_0 : tidak terdapat perbedaan Efektivitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Facebook terhadap kegiatan Komunikasi Universitas di Jakarta ($\mu_1 = \mu_2 = \mu_3$)

H_a : Terdapat perbedaan Efektivitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Facebook terhadap kegiatan Komunikasi Universitas di Jakarta ($\mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3$)

II. Pentuan signifikansi dan α

III. Kesimpulan:

Jika $sig < \alpha$, maka H_0 ditolak,

Jika $sig > \alpha$, maka H_0 tidak ditolak

Rumus umum Kruskal Wallis adalah sebagai berikut:

$$H = \frac{12}{n(n+1)} \sum_{i=1}^k \frac{R_i^2}{n_i} - 3(n+1)$$

Statistik uji Kruskal Wallis menggunakan nilai distribusi Chi-kuadrat dengan derajat bebas adalah $k-1$ dengan jumlah sample harus lebih dari 5. Jika nilai uji Kruskal Wallis lebih kecil daripada nilai chi-kuadrat tabel, maka hipotesis null tidak ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Menurut Stanislaus S. Uyanto, Ph. D. (2009, p282), suatu penelitian dikatakan valid apabila *Cronbach's Alpha if Item Deleted* lebih kecil dari nilai *Cronbach Alpha*. Tetapi jika nilai *Cronbach's Alpha if item Deleted* lebih besar dari nilai *Alpha Cronbach*, maka variable penelitian dinyatakan tidak valid.

Tabel 1
Uji Validitas

Item-Total Statistics		
	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
• Pertanyaan 1	.575	.848
• Pertanyaan 2	.650	.844
• Pertanyaan 3	.771	.837
• Pertanyaan 4	.706	.840
• Pertanyaan 5	.605	.846
• Pertanyaan 6	.567	.849
• Pertanyaan 7	.700	.842
• Pertanyaan 8	.698	.840
• Pertanyaan 9	.743	.839
• Pertanyaan 10	.649	.843
• Pertanyaan 11	.127	.870
• Pertanyaan 12	.291	.862
• Pertanyaan 13	.238	.865
• Pertanyaan 14	.099	.872
• Pertanyaan 15	.130	.870

Sumber : (Penulis 2011)

Dari tabel 1 di atas kita bisa melihat hasil dari *Cronbach's Alpha if Item Deleted* untuk tiap butir pertanyaan, dari olah data pun terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0.872 sehingga terlihat bahwa tiap butir pertanyaan dari kuesioner penelitian ini sudah dapat dinyatakan valid

Uji Reliabilitas

Menurut Stanislaus S. Uyanto, Ph. D. (2009, p288) reliabilitas suatu konstruk variable dikatakan baik, jika *Cronbach's Alpha* > 0,7 maka *Cronbach's Alpha acceptable* (dapat diterima), maka variable penelitian Reliabel. Tetapi jika *Cronbach's Alpha* < 0,7 maka *Cronbach's Alpha poor acceptable* (tidak dapat diterima), maka variable penelitian tidak dapat reliabel.

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.872	15

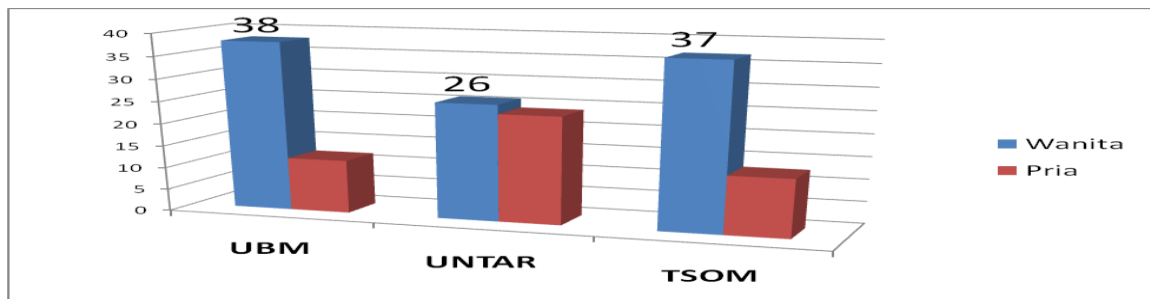
Sumber : (olah data SPSS 2011)

Dari hasil tabel 2 diatas dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini sudah memenuhi syarat reliabilitas sehingga bisa digunakan dalam penelitian

Statitiska Deskripsi

Berikut adalah sebaran responden masing-masing subjek penelitian:

Gambar 2
Sebaran Jenis Kelamin Responden

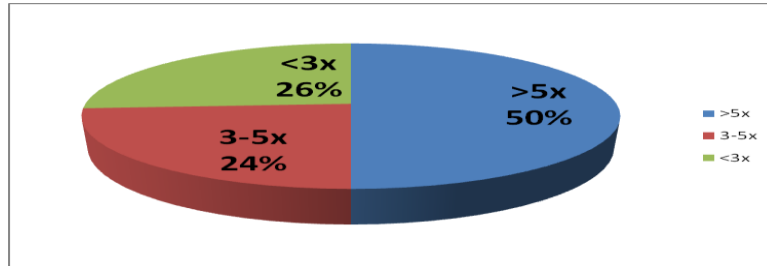


Sumber : (olah data 2011)

Di ketiga kampus tersebut rata-rata responden wanita lebih banyak mengakses akun facebook universitas yang bersangkutan. Pemetaan frekuensi mengunjungi akun resmi

fakultas/jurusan responden dalam seminggu dari universitas Bunda Mulia adalah sebagai berikut:

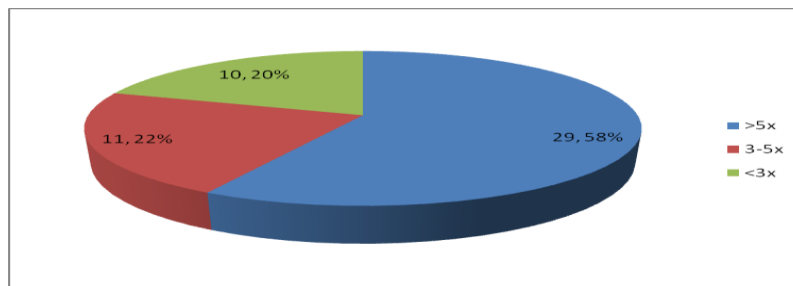
Gambar 3
Frekuensi mengunjungi akun resmi facebook Fakultas/Jurusan Universitas Bunda Mulia



Sumber : (olah data 2011)

Dari gambar tersebut diketahui bahwa mahasiswa Bunda mulia yang mengunjungi akun resmi facebook fakultas/jurusan sebanyak >5x dalam seminggu adalah sebesar 50% dari responden, 3-5x dalam seminggu sebanyak 24% dan <3x dalam seminggu adalah sebanyak 26%.

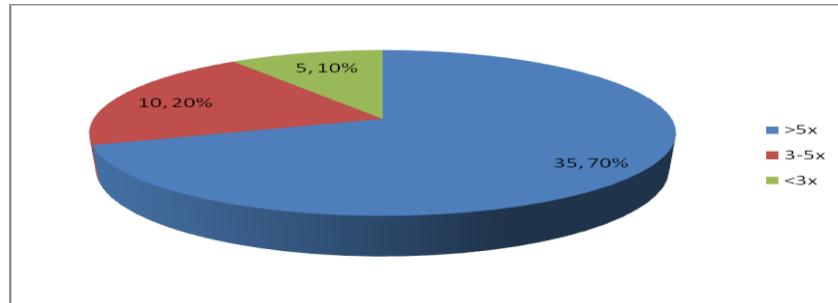
Gambar 4
Frekuensi mengunjungi akun resmi facebook Fakultas/Jurusan Universitas Tarumanagara



Sumber : (olah data 2011)

Dari gambar tersebut diketahui bahwa mahasiswa Tarumanagara yang mengunjungi akun resmi facebook fakultas/jurusan sebanyak >5x dalam seminggu adalah sebesar 29.58% dari responden, 3-5x dalam seminggu sebanyak 11.22% dan <3x dalam seminggu adalah sebanyak 10.20%

Gambar 5
Frekuensi mengunjungi akun resmi facebook Fakultas/Jurusan
STIE Trisakti (TSoM)



Sumber : (olah data 2011)

Dari gambar tersebut diketahui bahwa mahasiswa STIE Trisakti yang mengunjungi akun resmi facebook fakultas/jurusan sebanyak >5x dalam seminggu adalah sebesar 35.70% dari responden, 3-5x dalam seminggu sebanyak 10.20% dan <3x dalam seminggu adalah sebanyak 5.1%

Tabel 3
Uji Efektifitas per Universitas

Statistics

		UBM	UNTAR	STIE Trisakti
N	Valid	15	15	15
	Missing	0	0	0
Mean		3.7680	3.105	4.2027
Mode		3.94	3.24	4.16 ^a

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Sumber : (olah data SPSS 2011)

Dari tabel diatas terlihat secara parsial hasil pengolahan data mengindikasikan bahwa sebagian besar responden dari masing – masing universitas merasa media facebook efektif terhadap proses komunikasi.

Lebih rinci hasil penelitian merangkum hal-hal seperti di bawah ini:

1. Sebagian besar mahasiswa UBM berpendapat bahwa mereka setuju akan efektifitas proes komunikasi dengan menggunakan media jejaring social facebook. Hal ini terlihat dari nilai modus sebesar 3,94 dari hasil pengolahan SPSS terhadap responden universitas Bunda Mulia
2. Sebagian besar mahasiswa Universitas Tarumanagara berpendapat bahwa mereka setuju akan efektifitas proes komunikasi dengan menggunakan media jejaring social facebook. Hal ini terlihat dari nilai modus sebesar 3,24 dari hasil pengolahan SPSS terhadap responden universitas Tarumanagara
3. Sebagian besar mahasiswa STIE Trisakti (TSoM) berpendapat bahwa mereka setuju akan efektifitas proes komunikasi dengan menggunakan media jejaring sosial facebook. Hal ini terlihat dari nilai modus sebesar 4,16 dari hasil pengolahan SPSS terhadap responden STIE Trisakti

Secara umum hasil dari *open end questionnaire* merangkum hal-hal dibawah ini:

1. Dari pengolahan data secara parsial terlihat bahwa urutan peringkat universitas dimana respondennya merasakan efektifitas komunikasi melalui akun facebook adalah:
 1. STIE Trisakti (TSoM)
 2. Universitas Bunda Mulia
 3. Universitas Tarumanagara
2. Berikut adalah keunggulan/hal positif yang dirasakan oleh masing-masing responden dari Universitas tersebut:
 1. UBM → Informasi yang sangat up to date mengenai berbagai hal (akademik dan non akademik)
 2. TSoM → Informasi sangat bersifat akademik dan kegiatan

Uji Kruskal Wallis:

Tabel 4
Uji Kruskal Wallis

Ranks

	Skor	N	Mean Rank
efektifitas	3	30	17.00
	4	15	35.00
	Total	45	

Test Statistics^{a,b}

	efektifitas
Chi-Square	21.120
df	1
Asymp. Sig.	.670

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: skor

Sumber: (Olah data SPSS 2011) Pengujian Kruskal Wallis:

1. H_0 : tidak terdapat perbedaan Efektivitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Facebook terhadap kegiatan Komunikasi Universitas di Jakarta ($\mu_1 = \mu_2 = \mu_3$)
 H_a : Terdapat perbedaan Efektivitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Facebook terhadap kegiatan Komunikasi Universitas di Jakarta ($\mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3$)

2. Signifikansi : 0,670

$\alpha = 0,05$

3. Kesimpulan Signifikansi $> 0,05$, maka H_0 tidak ditolak

Artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan efektifitas dari proses komunikasi dengan menggunakan akun resmi facebook fakultas/jurusan dari ketiga universitas tersebut dengan tingkat keyakinan 95%

Dari hasil olah data disetiap universitas ternyata facebook dianggap sama efektifnya sebagai sarana komunikasi bagi para mahasiswa.

Secara umum tabel ini merangkum hasil kuesioner yang diperoleh dalam penelitian

Tabel 5
Olah Kuesioner

															Statistics
	Apakah anda merasa perlu mengunjungi akun facebook resmi fakultas/jurusan anda?	Apakah anda merasa efektif bila terconnect langsung dengan akun facebook resmi fakultas/jurusan anda?	Apakah anda merasa resmi fakultas/jurusan anda?	Apakah anda merasa perlu untuk membuka akun facebook resmi fakultas/jurusan anda tersebut?	Apakah anda menemui kesulitan dalam membuka akun facebook resmi fakultas/jurusan anda?	Apakah anda seringkali mendapat informasi mengenai kegiatan jurusan anda dari akun facebook resmi fakultas/jurusan anda?	Apakah anda tertarik dengan informasi yang anda terima dari akun facebook resmi fakultas/jurusan anda tersebut?	Apakah anda merasa informasi dari akun facebook resmi fakultas/jurusan anda dapat dipercaya?	Apakah anda tertarik untuk berbagi informasi melalui akun tersebut?	Apakah anda merasa aman /komplain anda ditanggapi dengan cepat oleh jurusan anda?	Apakah anda menemukan solusi yang efektif dari feedback/respon/ komplain di akun facebook fakultas/jurusan anda?	Puaskah anda berkomunikasi dengan jurusan anda lewat media facebook?	Menurut anda akun facebook jurusan anda efektif dalam proses komunikasi		
N Valid	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Mean	4.19	4.23	3.99	3.81	3.70	4.22	4.19	3.73	4.08	3.66	3.97	4.17	4.12	4.02	4.14
Mode	5	5	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	5	5	

Sumber : olah data SPSS

1. Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju mengenai apakah mereka perlu mengunjungi, merasa efektif apabila terconnect langsung dengan akun resmi fakultas/jurusan, akun resmi fakultas/jurusan menarik perhatian responden, mereka, seringkali mendapat informasi dan merasa perlu menindak lanjuti info dari akun tersebut, aman untuk berbagi informasi, respon yang lebih cepat, solusi efektif, kepuasan berkomunikasi dan efektif dalam proses komunikasi.
2. Sebagian besar responden merasa setuju mengenai rasa perlu nya mereka untuk mengunjungi akun facebook resmi fakultas/jurusan mereka, tertarik dengan informasi, dapat dipercaya, ingin berbagi informasi yang mereka terima dari akun resmi fakultas/jurusan menarik perhatian responden
3. Sebagian besar responden merasa netral mengenai tingkat kesulitan dalam membuka akun facebook resmi fakultas/jurusan mereka

Sedangkan dari *open – end questionnaire* terlihat bahwa:

1. Bagi responden penelitian Facebook lebih nyaman digunakan sebagai sarana komunikasi (aplikasi kompatible dibandingkan web atau portal mahasiswa)
2. Lebih bebas dan dianggap memiliki ‘power’ dalam penyampaian pesan
3. Mudah diakses dimana saja (paket dari operator selular)
4. Facebook merupakan alat komunikasi yang efektif, namun informasi yang didapat terkadang terlalu ‘banyak’ sehingga saat ini mereka harus melihat lagi siapa pemberi informasi tersebut
5. Facebook universitas banyak memberikan informasi namun terkadang tidak menyelesaikan permasalahan secara terbuka

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian kemudian dapat disimpulkan hal-hal seperti dibawah ini:

1. Pada masing masing universitas terlihat bahwa akun resmi facebook fakultas/jurusan universitas yang bersangkutan efektif sebagai sarana komunikasi pada masing-masing universitas
2. Dari ketiga subjek penelitian terlihat bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan mengenai efektifitas dari ketiga universitas tersebut sebagai sarana komunikasi pada masing-masing universitas
3. Mutu informasi yang diperoleh oleh mahasiswa dari pemanfaatan akun facebook terbukti efektif bagi responden penelitian, berikut indikasi dari efektifitas tersebut:
 - 1) Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju mengenai apakah mereka perlu mengunjungi, merasa efektif apabila terconnect langsung dengan akun resmi fakultas/jurusan, akun resmi fakultas/jurusan menarik perhatian responden, mereka, seringkali mendapat informasi dan merasa perlu menindak lanjuti info dari akun tersebut, aman untuk berbagi informasi, respon yang lebih cepat, solusi efektif, kepuasan berkomunikasi dan efektif dalam proses komunikasi.
 - 2) Sebagian besar responden merasa setuju mengenai rasa perlu nya mereka untuk mengunjungi akun facebook resmi fakultas/jurusan mereka, tertarik dengan informasi, dapat dipercaya, ingin berbagi informasi yang mereka terima dari akun resmi fakultas/jurusan menarik perhatian responden
 - 3) Sebagian besar responden merasa netral mengenai tingkat kesulitan dalam membuka akun facebook resmi fakultas/jurusan mereka

Saran

Saran dari hasil penelitian:

1. Admin pengelola diharapkan lebih menaruh perhatian pada informasi penyelesaian suatu permasalahan, karena saat ini admin lebih banyak berperan sebagai pemberi informasi
2. Akan lebih baik jika admin dari akun resmi facebook fakultas/jurusan dikelola oleh lembaga resmi, seperti lembaga QA sehingga *complain* ataupun masukan dari mahasiswa/responden lebih tertangani dengan resmi pula
3. Situs resmi universitas lebih ‘dianggap ‘ sebagai informasi yang resmi karena terlegitimasi oleh universitas
4. Nasib jejaring sosial tidak terlalu berumur panjang sehingga diharapkan web ataupun portal mahasiswa terus di pergunakan namun lebih di mungkinkan untuk di akses dari mana pun (Gadget, dsb).

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A., 2006, *Marketing Resesarch*, John Wiley and Sons, Inc
- Aritonang R., Lerbin R. 2005. **Peramalan Bisnis**. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Belch, George E. & Belch, Michael E., 2007, “*Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective*, 7th Edition, McGraw Hill Irwin, New York,
- Davis., Gordon. 2009. *Management Information System: Conceptual Foundation, Structure, and Development*. California: McGraw Hill
- Malhotra, Naresh K., 2009, *Marketing Research: An Applied Orientation*, 6th Edition, Prentice Hall: New Jersey.
- Santoso, Singgih. 2005. **Menggunakan SPSS untuk Statistik Parametrik**. Jakarta: PT Elexmedia Komputiondo
- Sugiyono. 2006. **Metode Penelitian Bisnis**. Edisi kesepuluh. Bandung: Alfabeta

Terry, George. 2007. *Office Management and Control*. Edisi ke sepuluh. Illinois: Irwin Inc.

Uyanto. (2009), *Pedoman Analisis Data dengan SPSS, Edisi Ketiga*, Graha Ilmu, Jakarta.

[www. Teknologi pendidikan.net](http://www.Teknologi pendidikan.net)

www.facebook.com