

PENERIMAAN MEDIA SOSIAL: KAJIAN DALAM KALANGAN PELAJAR UNIVERSITI DI PALEMBANG

IKA DESTIANA, ALI SALMAN & MOHD. HELMI ABD. RAHIM
UNIVERSITI KEBANGSAAN MALAYSIA

Abstrak

Tidak dapat dinafikan satu fenomena komunikasi di dunia Internet yang semakin popular pada ketika ini ialah media sosial. Facebook, Twitter, Instagram, Path, Pinterest hingga Google+ semakin digunakan secara universal dan meluas. Indonesia adalah antara negara yang mempunyai pengguna media sosial aktif terbesar di dunia (Socialbakers 2013). Kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti penerimaan dan pengalaman pengguna dalam menggunakan media sosial khususnya dalam kalangan pelajar universiti dengan menggunakan Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model) oleh Davis (1989) sebagai latar belakang teori. Pemboleh ubah tambahan iaitu faktor kaitan dan rangkaian antara peribadi dan sosial telah ditambahkan pada model asal. Satu reka bentuk kajian menggunakan borang soal selidik telah dijalankan ke atas 298 pelajar ijazah sarjana muda di Palembang, Indonesia, yang berumur antara 17 hingga 25 tahun. Daripada hasil kajian mendapati bahawa penerimaan media sosial dipengaruhi oleh beberapa faktor, tetapi terutamanya faktor mudah guna, faktor kaitan dan rangkaian antara peribadi dan sosial yang memberikan kesan signifikan ke atas penerimaan dan penggunaan.

Kata kunci: *Intenet, media sosial, TAM, faktor kaitan, rangkaian antara peribadi dan sosial.*

SOCIAL MEDIA ACCEPTANCE: A RESEARCH AMONGST UNIVERSITY STUDENTS IN PALEMBANG

Abstract

Today, one growing phenomenon on the Internet is undeniably social media. Facebook, Twitter, Instagram, Path, Pinterest and Google+ have grown so popular among Internet users especially in the sense of being universally and widely used. Indonesia is among the countries with the largest active social media users in the world (Socialbakers 2013). Thus the purpose of this study is identify the factors that most influence to the acceptance and use of social media among university students using the Technology Acceptance Model (TAM) by Davis (1989) as a theoretical background. External variables such as interpersonal and social networks and relevance were added to the original model. This study used the survey design with the total of 298 undergraduate students in Palembang, Indonesia, age between 17 to 25 as the samples. The results found that social media adoption is influenced by some factors, particularly perceived ease of use, interpersonal and social networks and relevance which have a positive significant effect on the adoption.

Keyword: *Internet, social media, TAM, relevance, interpersonal and social networks.*

PENGENALAN

Bermula dengan populariti Facebook yang pada asalnya dilancarkan pada 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg sebagai media untuk saling mengenal dan berkomunikasi serta berkongsi maklumat bagi mahasiswa Harvard pada sebuah tapak rangkaian sosial, justeru kini telah popular di seluruh dunia. Malah dikatakan bahawa seandainya Facebook adalah sebuah negara ia akan menjadi negara terbesar nombor tiga di dunia (Mohd. Hamdan 2011). Manakala Twitter yang awalnya dirancang untuk digunakan sebagai aplikasi pendukung dalam pekerjaan dan berkomunikasi dalam kumpulan kecil, sekarang ini justeru menjadi microblogging perkongsian maklumat terbesar di dunia (Hughes & Palen 2009) dengan kebolehannya menyampaikan 350 juta Tweets per hari yang didominasi oleh pengguna generasi muda.

Tidak kira sama ada dari segi teknologi, politik, ekonomi, hiburan, sukan,

isu semasa, segala maklumat sangat mudah & cepat didapati dari media sosial. Kadang kala maklumat yang ada di media sosial tidak tertulis dalam surat khabar ataupun tersiar di kaca televisyen malah media sosial juga turut membantu menyebarkan budaya popular. Kemudahan yang disediakan dalam mengakses akaun media sosial telah menyebabkan meledaknya jumlah penggunaanya dari tahun ke tahun.

Di samping itu, kehadiran media sosial telah membawa kepada perubahan ke arah penyertaan masyarakat secara online. Penyertaan masyarakat bukan hanya terjadi di dunia nyata tetapi juga di dunia maya (Ali & Samsudin 2012). Malah, media sosial telah memberikan impak terhadap penglibatan masyarakat dalam isu semasa. Penglibatan ini meliputi aktif mengikuti perkembangan isu semasa menerusi blog, membentuk online group untuk menyampaikan aspirasi, membuat blog tentang isu semasa, memberi komen dalam berita online, artikel/blog, mengambil bahagian dalam online discussion, memuat turun ataupun menyebarkan berita yang berkaitan dengan isu semasa (PewInternet 2009; Ali & Samsudin 2012).

Oleh itu, kajian ini ingin mengenal pasti fenomena komunikasi yang terjadi di Internet melalui media sosial berkaitan dengan penerimaan dan bagaimana pengalaman mereka menggunakan media sosial tersebut. Davis (1989) telah mengenal pasti model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan terhadap teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) iaitu Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model/TAM). TAM merumuskan dua faktor utama dalam penerimaan pengguna terhadap teknologi baru iaitu faktor yang membawa kepada mudah guna (Perceived ease of use) dan manfaat yang dapat dilihat (Perceived usefulness).

Secara umum tujuan kajian ini ialah untuk menyediakan maklumat tentang penggunaan media sosial dalam kalangan generasi muda dan meneroka pengalaman penggunaan media sosial dalam kehidupan seharian mereka. Secara spesifik objektif kajian ialah mengenal pasti faktor-faktor penerimaan media sosial dalam kalangan pelajar universiti di Palembang, menambahkan faktor-faktor yang belum dijelaskan dalam Technology Acceptance Model (TAM) dan meninjau penggunaan media sosial dalam kalangan pelajar universiti di Palembang.

MEDIA SOSIAL

Alexa (2012) mencatat lima media sosial teratas di dunia iaitu Facebook, diikuti oleh Twitter, LinkedIn, Google+ dan Pinterest. Facebook yang pada awalnya diasaskan oleh Mark Zuckerberg sebagai medium untuk berkomunikasi dan berkongsi maklumat bagi mahasiswa Harvard sahaja kini menjadi media sosial paling fenomena di dunia. Pada Jun 2011 Facebook melaporkan telah pun mencapai 750 juta pengguna. Manakala Twitter yang diasaskan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006 melaporkan telahpun mempunyai 200 juta pengguna

aktif pada tahun 2011.

Apabila Internet dan teknologi telefon bimbit menjadi semakin maju maka media sosial berkembang pesat juga. Kini, untuk mengakses Facebook, YouTube ataupun Twitter boleh dilakukan di mana sahaja dan pada bila-bila masa hanya dengan menggunakan telefon bimbit (Luik 2010). Kemampuan untuk mengakses media sosial melalui aplikasi mudah alih (mobile web) merupakan faktor pendorong dalam kejayaan media sosial. Hal ini kerana ia memiliki kualiti capaian maklumat yang maksimum walaupun diakses melalui telefon pintar sehingga telefon bimbit biasa. Perkembangan media sosial yang semakin pesat dengan ragam aplikasi seperti mengirim mesej, muat naik ataupun muat turun gambar, permainan, chat, muzik, tayangan video menyebabkan penggunaanya sentiasa menghabiskan masa di hadapan skrin gadget miliknya.

Sebahagian besar pengguna media sosial di dunia ialah golongan generasi muda yang dilahirkan pada tahun akhir 80-an atau awal 90-an. Nielsen (2011) melaporkan bahawa pengguna didominasi oleh wanita dan berusia 18-34 tahun adalah yang paling aktif dalam media sosial. Mereka menggunakan dengan pesat media baru dan teknologi terkini. Mereka berminat dan lebih tertarik dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan Internet dan aplikasinya. Mereka sangat aktif dan cenderung untuk melibatkan diri dengan laman rangkaian sosial seperti Facebook, Twitter, Google+ ataupun YouTube.

Fenomena media sosial ini tentunya juga melanda Indonesia, negara yang mempunyai populasi penduduk terbesar nombor empat di dunia setelah RRC, India dan Amerika Syarikat (US Cencus Bereau 2012). Berdasarkan data Socialbakers (2012) Indonesia menduduki nombor empat sebagai negara pengguna Facebook terbesar di dunia dengan bilangan pengguna 49,948,800 dan Facebook menjadi media sosial nombor satu di Indonesia (Alexa 2012). Pengguna Facebook di Indonesia didominasi oleh kalangan generasi muda berusia 18-24 tahun sebanyak 21,477,984 pengguna, diikuti oleh usia 25-34 tahun. Manakala dari segi jantina, terdapat 59% pengguna lelaki dan 41% pengguna wanita di Indonesia (Socialbakers 2012).

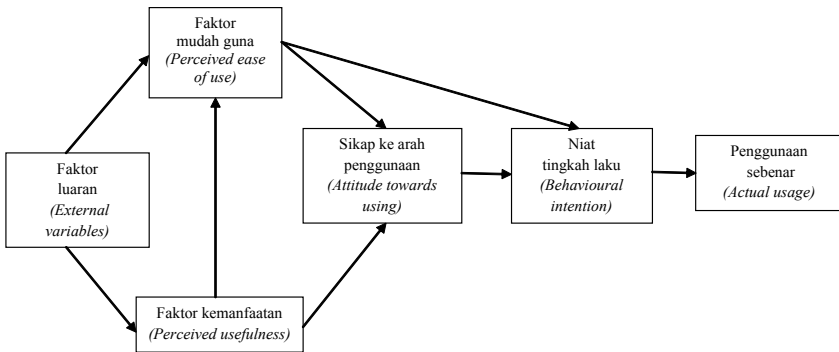
Populariti media sosial bukan hanya berkembang pesat di Jakarta, ibu kota negara Indonesia, tetapi ia juga turut menyebarkan ke kawasan lainnya, seperti pulau Sumatera. Di Jakarta sahaja pengguna Facebook mencapai 11,658,760 (Socialbakers 2012) dan masih lagi menduduki peringkat pertama penyumbang Tweet terbanyak di dunia, diikuti oleh Tokyo dan London (DetikInet 2012). Antara sepuluh kota besar dengan Tweet terbanyak di Indonesia dipegang oleh Jakarta (16.33%), Bandung (13.79%), Yogyakarta (11.05%), Semarang (8.92%), Surabaya (8.21%), Malang (7.41%), Medan (7.25%), Bali (6.01%), Riau (4.66%), dan Palembang (3.62%) (Iyaa 2012).

Bagaimanapun, perkembangan media sosial tidak dapat terlepas daripada perkembangan Internet itu sendiri. Internet dan media sosial erat kaitannya. Hal ini kerana untuk mengakses media sosial tentunya memerlukan capaian Internet. Berdasarkan data daripada Kementerian Komunikasi dan Informatika mendapati

bahawa pengguna Internet Indonesia telah mencecah angka 55 juta hingga Disember 2011 (Kominfo 2011). Dengan demikian, bererti saat ini jumlah pengguna tentu sudah jauh di atas angka tersebut.

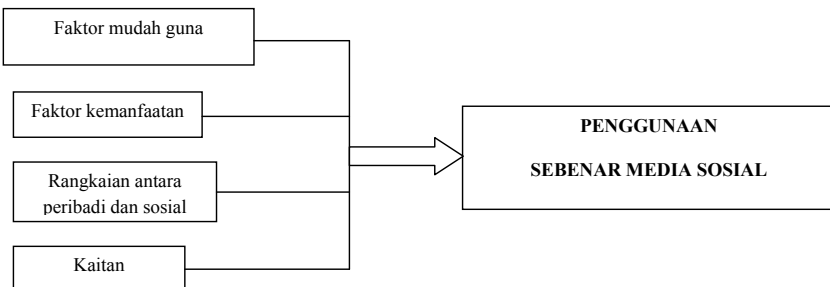
MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI

Penerimaan dan penggunaan media sosial dalam kajian ini akan dihuraikan menggunakan Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model) oleh Davis (1989). Hal ini selaras dengan kajian (Alshare & Alkhateeb 2008) yang menggunakan konsep Model Penerimaan Teknologi untuk mengkaji penerimaan Internet dan aplikasinya.



Rajah 1.1 Model Penerimaan Teknologi (Davis 1989)

Model kajian telah direkabentuk kepada dua tahap. Faktor yang membawa kepada mudah guna, faktor kemanfaatan, rangkaian antara peribadi dan sosial dan kaitan adalah sebagai tahap awal individu menggunakan atau mengakses media sosial. Keempat pemboleh ubah tersebut dikaji untuk melihat sejauh mana pengaksesan media sosial dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut. Pada tahap kedua kajian ini, melihat pemboleh ubah penggunaan. Pemboleh ubah penggunaan bermatlamat untuk melihat tujuan aktiviti para pengguna berkaitan dengan mengakses media sosial. Antara pemboleh ubah yang menjadi indikator pada bahagian ini ialah interaksi sosial, hiburan, pembentukan identiti dan perkongsian maklumat.



Rajah 1.2 Model Kajian

Sumber 1.2: Diubahsuai daripada model Davis 1989

Hipotesis 1: Faktor mudah guna (Perceived ease of use) berpengaruh terhadap penggunaan media sosial.

Hipotesis 2: Faktor kemanfaatan (Perceived usefulness) berpengaruh terhadap penggunaan media sosial.

Hipotesis 3: Faktor rangkaian antara peribadi dan sosial (Interpersonal and social networks) berpengaruh terhadap penggunaan media sosial.

Hipotesis 4: Faktor kaitan (Relevance) berpengaruh terhadap penggunaan media sosial.

Faktor mudah guna (Perceived ease of use)

Faktor mudah guna merujuk kepada sejauh mana individu merasakan bahawa penggunaan suatu sistem tertentu mudah difahami dan tidak sukar untuk dipelajari (Davis 1989). Dalam konteks media sosial, dapat disimpulkan bahawa faktor yang membawa kepada mudah guna ini bermakna individu tidak memerlukan banyak usaha sama ada dari segi masa dan tenaga dalam mempelajari penggunaan media sosial.

Faktor kemanfaatan (Perceived usefulness)

Kemanfaatan merujuk kepada sejauh mana individu itu percaya bahawa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut (Davis 1989). Berdasarkan definisi tersebut, dimensi kemanfaatan dapat dilihat dari segi meningkatkan produktiviti dan menjadikan kerja lebih efektif.

Rangkaian antara peribadi dan sosial (Interpersonal and social networks)

Rangkaian antara peribadi dan sosial merujuk kepada penggunaan media sosial sebagai medium komunikasi, sosialisasi atau pergaulan antara ahli keluarga, saudara mara, kawan rapat dan rakan sekolah/universiti, tokoh terkenal, ahli politik atau selebriti (Park et al. 2009).

Kaitan (Relavance)

Kaitan ditakrifkan sebagai sejauh mana penggunaan media sosial berkorelasi dengan kehidupan penggunanya sama ada dalam lingkungan kerja, keluarga, sekolah mahupun masyarakat (Ali 2012).

METODOLOGI

Data bagi kajian ini diperolehi daripada kajian lapangan yang telah dijalankan ke atas 320 sampel di sekitar kawasan universiti di Palembang, iaitu sama ada universiti kerajaan mahupun universiti swasta yang berumur 17 hingga 25 tahun. Palembang dipilih sebagai lokasi penyelidikan dengan pertimbangan bahawa bandar ini adalah bandar kedua terbesar di pulau Sumatera setelah bandar Medan yang termasuk dalam salah satu golongan pengguna media sosial terbanyak di Indonesia berdasarkan Socialbakers (2012).

Dahulu, Palembang dikenali sebagai ibu kota Kerajaan Sriwijaya. Kini, Palembang ialah ibu kota Sumatera Selatan dan telah menjadi bandar metropolitan yang menyaksikan aktiviti masyarakatnya banyak tertumpu pada sektor perekonomian seperti perdagangan dan juga pendidikan. Maka tidak hairan Palembang bukanlah bandar yang dilabel mundur ataupun tertinggal dalam arus teknologi. Malah Palembang baru-baru ini menjadi tuan rumah Sukan Sea ke-26 pada 11 hingga 22 November 2011 bersama-sama dengan Jakarta. Oleh itu, pemilihan Palembang sebagai lokasi penyelidikan adalah sangat sesuai.

Bilangan jantina antara lelaki dan perempuan sengaja diagihkan seimbang untuk mendapatkan pandangan yang seimbang daripada kedua-dua gender. Borang soal selidik disebar pada awal bulan April 2013 dan tiga minggu kemudian sebanyak 300 (93.75%) borang soal selidik yang telah dijawab terkumpul. Daripada 300 borang soal selidik yang dikembalikan tersebut hanya 298 (93.1%) sahaja yang digunakan dan dianalisis.

Ujian Kebolehpercayaan

Jadual 1.1: Ujian Kebolehpercayaan tiap-tiap Pemboleh ubah

	Cronbach's Alpha
Faktor mudah guna	.854
Faktor kemanfaatan	.859
Faktor kaitan	.775
Rangkaian antara peribadi dan sosial	.864
Penggunaan sebenar	.935

Berdasarkan jadual 1.1 menunjukkan bahawa tahap kebolehpercayaan untuk semua pemboleh ubah berada pada aras .775 hingga .935. Hal ini bermakna tahap kebolehpercayaan cukup tinggi kerana sudah melewati aras .70.

HASIL KAJIAN

Demografi Responden

Jadual 1.2 memaparkan profil responden berkaitan dengan jantina, umur, status

perkahwinan, pendapatan orang tua, dan sambungan Internet.

Jadual 1.2: Profil Responden

	Frekuensi	Peratus
Jantina		
Lelaki	149	50.0
Perempuan	149	50.0
Umur		
17-19	186	62.4
20-22	100	33.6
23-25	12	4.0
Status perkahwinan		
Menikah	0	0.0
Belum menikah	298	100
Pendapatan orang tua		
Kurang daripada Rp 2.000.000 (Kurang daripada RM500)	61	20.5
Antara Rp 2.100.000 – Rp 3.000.000 (Antara RM550-RM800)	72	24.2
Antara Rp 3.100.000 – Rp 4.000.000 (Antara RM850-RM1100)	68	22.8
Antara Rp 4.100.000 – Rp 5.000.000 (Antara RM1150-RM1400)	45	15.1
Lebih daripada Rp 5.100.000 (Lebih daripada RM1450)	52	17.4
Melanggan Internet		
Ya	147	49.3
Tidak	151	50.7

Daripada jadual di atas menunjukkan bahawa responden yang terlibat adalah seimbang iaitu lelaki seramai 149 (50%) dan perempuan seramai 149 (50%). Responden dibahagikan kepada tiga kategori umur di antaranya responden berumur 17 tahun hingga 19 tahun mencatatkan peratusan tertinggi sebanyak 62.4% manakala responden yang berumur 20 tahun hingga 22 tahun sebanyak 33.6% dan responden yang berumur 23 tahun hingga 25 tahun sebanyak 4%. Seramai 298 (100%) responden tersebut berstatus pelajar ijazah sarjana muda dan belum berkahwin.

Berdasarkan tahap pendapatan orang tua atau ibu bapa didapati 24.2% memiliki pendapatan antara Rp 2.1 juta hingga Rp 3 juta (Antara RM550-

RM800), diikuti responden yang mempunyai pendapatan antara Rp 3.1juta hingga Rp 4 juta (Antara RM850-RM1100) sebanyak 22.8%, kurang daripada Rp 2 juta (Kurang daripada RM500) sebanyak 20.5%, lebih daripada Rp 5 juta (Lebih daripada RM1450) sebanyak 17.4% dan antara Rp 4.1 juta hingga Rp 5 juta (Antara RM1150-RM1400) sebanyak 15.1%. Manakala pengguna yang melanggan Internet sebanyak 49.3% (147) dan yang tidak melanggan sebanyak 50.7% (151).

Jadual 1.3: Aktiviti Media Sosial

	Frekuensi	Peratus
Berapa tahun menggunakan		
Kurang dari 1 tahun	7	2.3
Antara 1-2 tahun	15	5.0
Antara 2-3 tahun	49	16.4
Antara 3-4 tahun	67	22.5
Antara 4-5 tahun	43	14.4
Lebih dari 5 tahun	117	39.3
Berapa jam sehari		
1-3 jam	148	49.7
3-6 jam	82	27.5
6-10 jam	44	14.8
10-20 jam	16	5.4
Lebih dari 20 jam	8	2.7

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahawa sebanyak 39.3% telah menggunakan media sosial lebih dari 5 tahun, diikuti oleh antara 3 hingga 4 sebanyak 22.5%, antara 2 hingga 3 tahun 16.4%, antara 4 hingga 5 tahun 14.4%, antara 1 hingga 2 tahun 5.0% dan kurang dari 1 tahun 2.3%. Manakala berdasarkan jam penggunaan sehari, paling tinggi ialah 1-3 jam sebanyak 49.7% (148), diikuti oleh 3-6 jam sebanyak 27.5% (82), 6-10 jam sebanyak 14.8% (44), 10-20 jam sebanyak 5.4% (16) dan lebih daripada 20 jam sebanyak 2.7% (8).

Jadual 1.4: Tempat Akses Media Sosial

	Min	Sisihan Piawai
Rumah	5.18	1.848
Kampus	3.76	1.880
Internet kafe	2.90	1.801

Wi-Fi hotspot: kafe/restoran, Starbucks, mall dll)	3.55	1.884
Rumah kawan/keluarga	3.05	1.912

Data pada jadual 1.4 menunjukkan bahawa responden paling kerap mengakses media sosial di rumah (M=5.18), diikuti akses di kampus (M=3.76), akses di kawasan wifi hotspot (M=3.55), rumah kawan/keluarga (M=3.05), dan Internet kafe (M=2.90).

Jadual 1.5: Faktor Mudah Guna

	Min	Sisihan Piawai
Pembelajaran mudah	5.62	1.415
Paparan menu mudah dipahami	5.34	1.487
Fleksibel	5.50	1.443
Mudah akses	5.76	1.478
Memperlanjar tugas kuliah	6.01	1.353
Meningkatkan kemahiran	5.28	1.620

Secara keseluruhan, pengguna media sosial bersetuju bahawa faktor mudah guna merupakan faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap media sosial. Hal ini dilihat daripada purata Min faktor mudah guna iaitu (M=5.28 hingga M=6.01). Dengan demikian dapat dikatakan bahawa faktor mudah guna memberikan pengaruh yang positif terhadap penerimaan media sosial dalam kalangan pelajar universiti.

Jadual 1.6: Faktor Kemanfaatan

	Min	Sisihan Piawai
Meningkatkan prestasi dan produktiviti	5.37	1.575
Jimat masa	5.53	1.400
Jimat kos	5.40	1.449
Lebih cepat dalam mendapatkan maklumat	5.84	1.312
Lebih mudah dalam mengerjakan tugas kuliah	5.92	1.381

Secara keseluruhan, pengguna media sosial bersetuju bahawa faktor kemanfaatan merupakan faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap media sosial. Hal ini dapat dilihat daripada purata Min faktor kemanfaatan iaitu (M=5.37 hingga M=5.92). Dengan demikian dapat dikatakan bahawa faktor mudah guna memberikan pengaruh yang positif terhadap penerimaan media

sosial dalam kalangan pelajar universiti.

Jadual 1.7: Rangkaian Antara Peribadi dan Sosial

	Min	Sisihan Piawai
Rangkaian komunikasi dengan keluarga	4.72	1.942
Rangkaian komunikasi dengan kawan	5.76	1.354
Rangkaian komunikasi dengan rakan	4.96	1.841
Rangkaian untuk bersosialisasi	5.49	1.590
Meluaskan rangkaian dengan dunia luar	5.88	1.430

Secara keseluruhan, pengguna media sosial bersetuju bahawa faktor rangkaian antara peribadi dan sosial merupakan faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap media sosial. Hal ini dilihat daripada purata Min faktor rangkaian peribadi dan sosial iaitu ($M=4.72$ hingga $M=5.76$). Dengan demikian dapat dikatakan bahawa faktor rangkaian antara peribadi dan sosial memberikan pengaruh yang positif terhadap penerimaan media sosial dalam kalangan pelajar universiti.

Jadual 1.8: Kaitan

	Min	Sisihan Piawai
Kaitan media sosial dengan telefon	5.33	1.673
Kaitan media sosial dengan akhbar, televisyen/radio	5.53	1.522
Kaitan media sosial dengan pendidikan	5.41	1.529
Penerimaan media sosial di kampus	5.31	1.588

Secara keseluruhan, pengguna media sosial bersetuju bahawa faktor kaitan merupakan faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap media sosial. Hal ini dilihat daripada purata Min faktor kaitan iaitu ($M=5.31$ hingga $M=5.53$). Dengan demikian dapat dikatakan bahawa faktor kaitan memberikan pengaruh yang positif terhadap penerimaan media sosial dalam kalangan pelajar universiti.

Jadual 1.9: Penggunaan Sebenar Media Sosial

	Min	Sisihan Piawai
Interaksi Sosial		
Interaksi dengan sahabat lama	5.74	1.140
Interaksi untuk tanya khabar	5.45	1.546
Interaksi dengan sahabat di luar negara	5.36	1.676
Interaksi dengan sahabat yang jarang ditemui	5.62	1.547
Interaksi untuk mengekalkan persahabatan	5.76	1.453
Interaksi yang lebih mudah tanpa banyak komitmen	5.54	1.518
Interaksi dengan keluarga dekat dan jauh	5.47	1.627
Interaksi untuk diskusi tentang berita terkini	4.93	1.783
Hiburan		
Menghilangkan kebosanan	5.58	1.561
Mencari hiburan	5.80	1.644
Aktiviti waktu santai	5.82	1.534
Permainan online	4.24	2.216
Pembentukan Identiti Peribadi		
Meningkatkan populariti	3.79	1.931
Media sosial sebagai identiti yang baru	3.47	2.089
Kenal lebih mendalam dengan orang baru	3.89	1.963
Berkenalan dengan individu yang dirasa menarik	3.89	1.977
Berteman dengan selebriti/tokoh terkenal	3.51	2.099
Bersahabat dengan sesiapa sahaja	5.19	1.842
Perkongsian Maklumat		
Mendapatkan maklumat tentang suatu isu	5.07	1.852
Membentuk komuniti dengan minat yang sama	4.65	1.922
Memudahkan diskusi dalam kumpulan	4.88	1.747
Perkongsian maklumat terkini	5.46	1.637
Penglibatan online		
Bergabung/membentuk komuniti online	3.87	2.075
Membuat blog dengan topik tertentu	3.19	1.933
Mencari informasi berita terkini	4.86	2.095
Menyebarkan berita terkini	3.85	2.128

Berinteraksi dengan parlimen	2.82	2.082
Komen dalam berita online	3.22	2.049
Mengirimkan email kepada pemerintah	2.22	1.848
Komen dalam artikel/blog	2.89	1.998
Aktif mengikuti perkembangan berita terkini	3.18	2.020
Penglibatan dalam diskusi online	2.98	2.033
Mengunduh/mengunggah video berkaitan berita terkini	3.87	2.100
Mengikuti survey online	2.91	2.035
Menandatangani petisyen online	2.60	2.016

Skala Likert 1 hingga 7 digunakan bagi menunjukkan bahawa 1 memiliki nilai terendah (Sangat tidak setuju) dan 7 memiliki nilai tertinggi (Sangat setuju).

Berdasarkan jadual 1.9 secara keseluruhan responden benar-benar telah menerima dan menggunakan media sosial. Hal ini dapat dilihat daripada purata Min ($M=2.22$) hingga ($M=5.82$), tidak ada nilai di bawah angka 2. Mereka menggunakan media sosial sebagai media interaksi, hiburan, pembentukan identiti peribadi, perkongsian maklumat dan juga sebagai media penglibatan online. Bagaimanapun, dalam penggunaan penglibatan online dalam mengirimkan email kepada pemerintah, menduduki purata terendah iaitu ($M=2.22$) manakala penggunaan media sosial sebagai aktiviti waktu santai memiliki purata tertinggi iaitu ($M=5.82$).

Hubungan antara faktor mudah guna, faktor kemanfaatan, rangkaian antara peribadi dan sosial dan faktor kaitan terhadap penggunaan sebenar media sosial

Ujian Korelasi Pearson telah dijalankan bagi menganalisis hubungan antara pemboleh ubah mudah guna, faktor kemanfaatan, rangkaian antara peribadi dan sosial dan faktor kaitan terhadap penggunaan sebenar media sosial (sila rujuk jadual 1.10).

Jadual 1.10: Ujian Korelasi

	Penggunaan sebenar media sosial	
	r	p
Faktor mudah guna	.441	.000
Faktor kemanfaatan	.466	.000
Rangkaian antara peribadi dan sosial	.619	.000
Faktor kaitan	.668	.000

Hasil kajian menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara pemboleh ubah-pemboleh ubah tersebut.

Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis 1 hingga hipotesis 4, ujian regresi berganda telah dijalankan bagi melihat pengaruh atau kontribusi tiap-tiap pemboleh ubah bebas terhadap pemboleh ubah bersandar.

Hipotesis 1: Faktor mudah guna (Perceived ease of use) berpengaruh terhadap penggunaan media sosial.

Hipotesis 2: Faktor kemanfaatan (Perceived usefulness) berpengaruh terhadap penggunaan media sosial.

Hipotesis 3: Faktor rangkaian antara peribadi dan sosial (Interpersonal and social networks) berpengaruh terhadap penggunaan media sosial.

Hipotesis 4: Faktor kaitan (Relevance) berpengaruh terhadap penggunaan media sosial.

Jadual 1.11: Standardized Beta Coefficients, t value dan Sig p

Model	R	RSqr	Adj RSqr	Beta	t	Sig
Constant	.717	.514	.508			
Faktor mudah guna				.107	2.081	.038
Faktor kemanfaatan				-.053	-.887	.376
Rangkaian antara peribadi dan sosial				.311	5.796	.000
Faktor kaitan				.448	6.942	.000

*Signifikan di aras 0.05 (2 hujung)

Berdasarkan jadual 1.11 menunjukkan bahawa hanya faktor kemanfaatan sahaja yang tidak signifikan dan menyumbang kontribusi negatif pada model (Beta = -.053, t = -.887, p = .376). Dengan demikian hanya hipotesis 2 sahaja yang ditolak. Manakala H1, H3 dan H4 diterima. Dilihat daripada nilai Beta, maka faktor kaitan (Beta = .448) memiliki nilai tertinggi, diikuti oleh rangkaian antara peribadi dan sosial (Beta = .311), dan faktor mudah guna (Beta = .107). Secara keseluruhan, keempat pemboleh ubah bebas menyumbang sebesar 51.4% (RSqr=.514) terhadap model.

PERBINCANGAN

Daripada empat hipotesis yang dikemukakan hanya satu hipotesis sahaja yang memberikan kontribusi negatif terhadap model iaitu faktor kemanfaatan. Walaupun sebenarnya faktor ini merupakan faktor yang diperkenalkan oleh Davis

dalam Model Penerimaan Teknologi, tetapi ketika diterapkan pada sampel kajian pelajar universiti di Palembang, ia tidak memberikan impak yang signifikan. Hal ini boleh disebabkan kerana dalam konteks perkuliahan, penggunaan media sosial tidak menunjang proses belajar mengajar. Apalagi item-item yang dikemukakan dalam soalan kajian faktor kemanfaatan, banyak berkaitan dengan konteks perkuliahan. Mereka lebih memilih media sosial untuk bersosial dibandingkan kemanfaatannya dalam menunjang produktiviti dan prestasi kuliah. Sebaliknya, hanya kerana pemboleh ubah tidak menyumbang secara signifikan dalam model bukan bererti ia dianggap suatu peramal yang lemah. Oleh itu, kemungkinan untuk menggunakan pemboleh ubah kemanfaatan dalam kajian akan datang sangat disarankan untuk mengetahui hasil kajian baru. Tambahan pula, responden kajian ini adalah pelajar universiti ijazah pertama. Oleh kerana majoriti daripada mereka masih muda, kajian ini tidak boleh mewakili gambaran yang menyeluruh daripada pelbagai segmen masyarakat di Palembang. Oleh itu kajian yang akan datang mestilah memberikan tumpuan kepada kategori umur yang lebih pelbagai.

KESIMPULAN

Kajian ini telah mencapai objektif yang hendak dicapai dengan mengenal pasti faktor-faktor yang memberikan kesan signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan media sosial. Kajian ini juga telah mengenal pasti faktor-faktor lain yang belum dijelaskan oleh Davis (1989) dalam Model Penerimaan Teknologi (TAM). Faktor lain yang ditambahkan ke dalam model meliputi faktor kaitan dan rangkaian antara peribadi dan sosial. Faktor-faktor inilah yang menggalakan pengguna Internet menggunakan media sosial dalam kehidupan seharian mereka. Kewujudan media sosial sebagai aplikasi dalam Internet telah menjadi satu media baru di zaman era digital ini dan telah membawa perubahan dalam pelbagai aspek kehidupan manusia. Ini sudah tentu merupakan impak yang ditimbulkan oleh kemajuan teknologi yang sangat pesat. Oleh itu, perkara ini dianggap penting kerana kini, manusia bukan hanya dikenali sebagai makhluk sosial, tetapi juga aktif sebagai makhluk jejaring sosial.

ABOUT THE AUTHORS

Ika Destiana is an MPhil student at the School of Media and Communication Studies, Faculty of Social Sciences and Humanities, Universiti Kebangsaan Malaysia. She can be contacted at ika.dest@hotmail.com. *Ali Salman*, Ph.D. is a Senior Lecturer at the School of Media and Communication Studies, Faculty of Social Sciences and Humanities, Universiti Kebangsaan Malaysia. *Mohd. Helmi Abd. Rahim* is a Senior Lecturer at the School of Media and Communication Studies, Faculty of Social Sciences and Humanities, Universiti Kebangsaan Malaysia.

RUJUKAN

- Alexa. 2012. Top sites. Retrieved from <http://www.alexacom/> [2 September 2012].
- Alshare, K.A., & Alkhateeb, F.B. 2008. Predicting students usage of Internet in two emerging economies using an extended technology acceptance model (TAM). *Academy of Educational Leadership Journal* 12(2): 109-128.
- Davis, F.D. 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly* 13(3): 319-340.
- Detiki-Net. 2012. Jakarta masih ibukota Twitter. Retrieved from <http://inet.detik.com/?cti> [4 September 2012].
- Hughes, A. 2009. Higher education in a Web 2.0 world. JISC Report. Retrieved from <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/publications/heweb20rptv1.pdf> [7 September 2012].
- Iyaa. 2012. Fakta menarik Twitter. Retrieved from http://www.iyaa.com/gayahidup/umum/2026695_3387.html [5 September 2012].
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. 2011. Statistik ICT 2011. Retrieved from <http://kominform.go.id/> [9 September 2012].
- Luik, J. E. 2010. Media sosial dan presentasi diri. Retrieved from http://repository.petra.ac.id/15386/1/Media_Sosial_dan_Presentasi_Diri.pdf [13 September 2012].
- Mohd Hamdan Adnan. 2011. Youth usage of social media and its impact on social integration. Paper presented at the “Workshop for Youth: Freedom of Expression and Information – A Pragmatic & Creative Approach for Youth” organized by the Information Department of Malaysia & UNESCO on November 29 to December 3, 2011 in Kuala Lumpur.
- Nielsen. 2011. State of the media: the social media report. Retrieved from <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/social/> [4 September 2012].
- Park, S. Y. 2009. An analysis of the technology acceptance model in understanding university students’ behavioral intention to use e-learning. *Educational Technology & Society* 12(3), 150–162.
- PewInternet. 2009. The demographics of online and offline political participation. Retrieved from <http://pewInternet.org/Reports/2009/15--The-Internet-and-Civic-Engagement/3--The-Demographics-of-Online-and-Offline-Political-Participation/2--Online-Politics.aspx> [27 September 2012].
- Ali Salman & Samsudin A. Rahim. 2012. New media and youth participation: towards nation building. Retrieved from <http://www.ukm.my/> [27 September 2012].
- Socialbakers. 2012. Social media rank. Retrieved from <http://www.alexacom/> [20 September 2012].
- Socialbakers. 2013. Social media rank. Retrieved from <http://www.alexacom/> [7 September 2013].
- US Census Bureau. 2012. Rank countries by population. Retrieved from <http://www.census.gov/> [1 September 2012].