

## **Pengaruh Media Sosial *Instagram* dan *WhatsApp* Terhadap Pembentukan Budaya “*Alone Together*”**

Gunawan Saleh, Ribka Pitriani

Prodi Ilmu Komunikasi, Fisipol - Universitas Abdurrah Pekanbaru  
Jl. Riau Ujung No. 73, Tampan, Air Hitam, Payung Sekaki, Air Hitam, Payung Sekaki, Kota Pekanbaru, Riau 28291  
gunawan.saleh@univrab.ac.id, mrs.petersondamanik@gmail.com

### **Abstract**

*Social media is now highly favored by many and considered quite effective by the people of Indonesia. One example taken in this study is the social media Instagram and WhatsApp, as social media is considered to affect the forms of activity and its behavior. This study aims to investigate the influence of social media Instagram and WhatsApp against the cultural establishment "Alone Together" at the University of Riau by using the theory of SOR (Stimulus-Organism-Response) as its foundation. This study uses a quantitative research in which data was collected through questionnaires distributed to 100 respondents who are students at the University of Riau by category determined by accidental sampling, and analyzed by simple linear regression program helped IBM SPSS version 20.0. This study examined whether or not the influence of indicators of variable X (Social Media Instagram and WhatsApp) to variable Y (culture Alone Together). Technology to fill the void and satisfaction with technology. Based on the results obtained through the SPSS 20.0 correlation coefficient of 0.403, 0.403 value lies between the value of 0,40-0.599 that was meaningful relationships, meaning that there is the influence of social media Instagram and WhatsApp against the cultural establishment in Riau University Alone Together with the effect of 16.3%, while the remaining 83.7% is influenced by other variables.*

**Keywords:** *culture Alone Together, Instagram, social media, WhatsApp*

### **Abstrak**

Media sosial saat ini sangat digemari oleh berbagai kalangan dan dianggap cukup efektif oleh masyarakat Indonesia. Salah satu contoh yang diambil dalam penelitian ini adalah media sosial *Instagram* dan *WhatsApp*. Adapun media sosial ini dinilai dapat mempengaruhi bentuk aktifitas, dan perilaku penggunaannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* terhadap pembentukan budaya “*Alone Together*” di Universitas Riau dengan menggunakan teori S-O-R (*Stimulus-Organisme-Response*) sebagai landasannya. Penelitian ini menggunakan metode riset kuantitatif dimana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan mahasiswa di Universitas Riau dengan kategori yang ditentukan berdasarkan *accidental sampling*, dan dianalisis melalui regresi linier sederhana dibantu program IBM SPSS versi 20.0. Penelitian ini menguji ada atau tidaknya pengaruh indikator dari variabel X (Media Sosial *Instagram* dan *WhatsApp*) terhadap variabel Y (budaya *Alone Together*). Teknologi untuk mengisi kekosongan dan kepuasan atas Teknologi. Berdasarkan hasil pencarian melalui SPSS 20.0 maka didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,403, nilai 0,403 terletak diantara nilai 0,40-0,599 yaitu bermakna memiliki hubungan yang sedang, artinya terdapat pengaruh antara media sosial

*Instagram* dan *WhatsApp* terhadap pembentukan budaya *Alone Together* di Universitas Riau dengan pengaruh sebesar 16,3%, sedangkan sisanya sebesar 83,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci:** budaya *Alone Together*, *Instagram*, media sosial, *WhatsApp*

## Pendahuluan

Di era globalisasi ini, teknologi semakin maju. Seiring dengan perkembangan zaman sekarang, tentunya akan diiringi pula dengan kemajuan teknologi. Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di zaman ini, berita dari luar negeri begitu cepat tersampaikan. Komunikasi jarak jauh dengan tatap mukapun bisa dilakukan. Tak dapat dipungkiri bahwa kehidupan zaman modern telah dirasakan berbagai lapisan masyarakat. Sebagai contoh hadirnya *New Media*, yang merupakan sebuah istilah untuk menggambarkan kemunculan era baru dalam berkomunikasi atau berinteraksi, komputer, jaringan informasi dan komunikasi. *New Media* sendiri memiliki pengertian yaitu, teknologi berbasis komputer yang tidak hanya berfungsi untuk memberikan informasi tetapi juga berfungsi untuk saling tukar informasi, seperti komputer, internet, terminal video teks, kabel digital dan sebagainya (West & Turner, 2008).

Media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens. Nasrullah (2015) mengungkapkan bahwa situs jejaring sosial atau media sosial merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktifitas atau bahkan pendapat pengguna, juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.

Media sosial unggul dalam memberikan kecepatan informasi sehingga membuat penggunaannya semakin dinamis dan adaptif. Dalam media sosial *Instagram* kebanyakan mahasiswa melakukan presentasi diri dengan mengubah bentuk diri atau mempercantik foto dan bahkan ada yang menuliskan identitas berbeda dari aslinya untuk mendapatkan kesan yang mereka inginkan (Damayanti & Purworini, 2018). Kehadiran media sosial telah membawa kepada perubahan ke arah partisipasi masyarakat khususnya mahasiswa di Pekanbaru secara *online*. Partisipasi masyarakat bukan hanya terjadi di dunia nyata tetapi juga di dunia maya. Selain itu, kehadiran media *online* ini juga tanpa disadari telah melahirkan budaya "*Alone Together*".

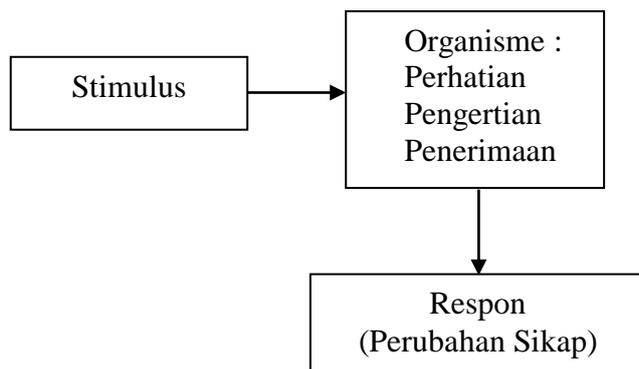
Seringkali didapati ada beberapa orang atau sekelompok orang yang sedang berkumpul, tetapi mereka sibuk dengan melihat gawai (*gadget*) masing-masing. Mereka memang sedang bersama-sama di suatu tempat, namun

sebenarnya orang itu tetap sendiri. Setiap orang asyik dengan gawainya masing-masing tanpa memperdulikan orang lain. Itulah yang dinamakan dengan *Alone Together*. Sebuah fenomena yang sangat mudah ditemukan di sebuah pusat perbelanjaan, warung makan, taman, hingga di dalam rumah sekalipun. Munculnya *Alone Together* membuat seseorang acuh hampa dengan aktivitas sekitarnya. Istilah *Alone Together* pernah dikenalkan oleh seorang guru besar bidang studi sosial di Massachusetts Institute of Technology (MIT), Sherry Turkle, yang menyoroiti munculnya tipe asosial, karena asyik dengan dunianya sendiri saat sedang menjelajah dunia maya, baik melalui laptop maupun dengan gawai (*gadget*) di tangannya. Sherry Turkle dalam bukunya *Alone Together*, mengatakan perilaku yang sudah jadi tipikal bisa saja menunjukkan masalah yang dulu kita anggap sebagai penyakit. Turkle menjelaskan bahwa orang menjadi terisolasi dari realitas karena situs jejaring sosial dan teknologi mendominasi kita dan membuat kita "kurang manusiawi". Dalam ilusi bahwa kita sedang berkomunikasi lebih baik, teknologi sebenarnya menjauhkan kita dari interaksi nyata manusia lewat *cyber reality* yang merupakan imitasi buruk dari dunia nyata (Turkle, 2011).

Universitas Riau menjadi salah satu tempat di mana mahasiswanya banyak menggunakan media sosial *Instagram* dan *WhatsApp*. Selain itu, Universitas Riau juga memiliki taman digital yang berada di depan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Taman digital tersebut dibuat untuk mempermudah mahasiswa dan mahasiswi Universitas Riau menggunakan layanan internet. Didirikannya taman digital diharapkan akan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang penggunaan internet terutama bagi mahasiswa-mahasiswi Universitas Riau. Berdasarkan pengamatan dan observasi penulis pada beberapa kegiatan formal maupun tidak formal yang dilakukan di lingkungan Universitas Riau, sering terdapat kejanggalan dan tidak kesesuaian dalam pembelajaran di kelas maupun di lingkungan pergaulan antar mahasiswa Universitas Riau. Sebagai contoh adalah banyaknya mahasiswa yang menggunakan gawai (*gadget*) saat perkuliahan berlangsung dan saat berkumpul bersama teman-temannya di taman digital, dikantin, Jembatan Kupu-Kupu dan danau yang ada di depan tulisan Universitas Riau, tanpa memperdulikan lingkungan sekitar. Mereka lebih suka terpaku dan berinteraksi melalui media sosial maupun aplikasi hiburan di gawai (*gadget*) masing-masing.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut: seberapa besar pengaruh media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* terhadap pembentukan budaya “*Alone Together*” di Universitas Riau?”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* dalam pembentukan budaya “*Alone Together*” di Universitas Riau.

Untuk dapat memperjelas arah penelitian ini maka peneliti menggunakan teori S-O-R sebagai dasar pada penelitian ini. Teori S-O-R sebagai dari singkatan Stimulus-Organisme-Respon, ini semua berasal dari teori ilmu psikologi. Menurut stimulus, respons ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :



**Gambar 1:** Model S-O-R (Sumber: Nawiroh, 2016)

Teori ini berdasarkan penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan komunikan. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) misalnya kredibilitas, kepemimpinan dan gaya bicara sangat menentukan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.

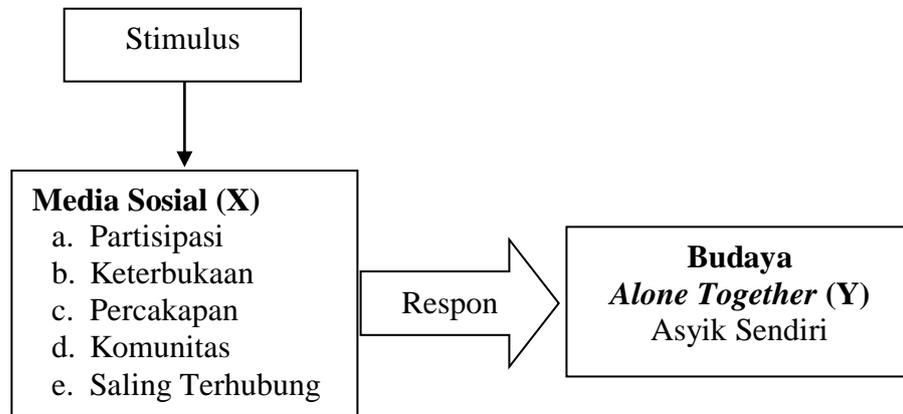
1. Stimulus (S), dalam hal ini pesan atau keadaan yang menjadi sumber rangsangan bagi komunikan (mahasiswa) yaitu media sosial *Instagram* dan *WhatsApp*.
2. Respon (R), merupakan pengaruh dari media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* terhadap pembentukan budaya *Alone Together* di Universitas Riau.

Pada dasarnya pengguna yang diberikan stimulus atau rangsangan dalam bentuk pesan akan memberikan reaksi khusus terhadap stimulus yang disampaikan dengan teknik-teknik penyampaian sebuah pesan yang menarik. Apabila ada perhatian dan ketertarikan maka mahasiswa akan memiliki kecenderungan terhadap pembentukan budaya "*Alone Together*". Begitu juga sebaliknya, apabila mahasiswa tidak menganggap bahwa media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* tidak menarik untuk digunakan, maka tidak terbentuk budaya *Alone Together*.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizka Monanda (2017) dengan judul Pengaruh Media Sosial *Instagram @AWKARIN* Terhadap Gaya Hidup Hedonis di Kalangan *Followers* Remaja menghasilkan kesimpulan bahwa berpengaruh media sosial *Instagram @AWKARIN* terhadap gaya hidup hedonis dikalangan *followers* remaja dapat dibuktikan dengan nilai koefisien regresi yaitu:  $Y=4.043+0.695 X$ . Sementara itu t hitung 4.043 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 1.667. Berdasarkan tabel "*Model Summary*" nilai  $R=0.543$  dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.294. Hasil dari penelitian mengenai media sosial *Instagram @AWKARIN* ini berpengaruh terhadap gaya hidup hedonis dikalangan *followers* remaja dengan besarnya pengaruh yang dapat disimpulkan dengan kategori "rendah". Hipotesis penelitian awal adalah  $H_0$  terdapat pengaruh media sosial *Instagram @AWKARIN* terhadap

gaya hidup hedonis dikalangan *followers* remaja, disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

### Metode Penelitian



**Gambar 2 :** Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* terhadap pembentukan budaya "*Alone Together*". Penelitian deskriptif berhubungan dengan frekuensi, jumlah, dan karakteristik dari gejala yang diteliti. Oleh sebab itu, studi deskriptif mempunyai berbagai tujuan antara lain : membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2010).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini berisi daftar pertanyaan yang berhubungan erat dengan media sosial dan budaya *Alone Together* yang disebar kepada 100 responden di Universitas Riau.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah media sosial *Instagram* dan *WhatsApp*. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah budaya *Alone Together*. Berdasarkan tinjauan teori yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat indikator-indikator dari masing-masing variabel bebas dan terikat yang dapat di *breakdown* menjadi pertanyaan penelitian sebagai berikut:

**Tabel 1.** Operasional Konsep Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	No Item	Skala
Variabel (X) Media Sosial <i>Instagram</i> dan <i>WhatsApp</i> ( X)	Partisipasi	Saya sering membuka media sosial <i>Instagram</i> dan <i>WhatsApp</i> .	1	Likert
		Saya memberikan <i>like</i> (menyukai) apabila foto yang diposting pengguna <i>Instagram</i> lain menarik perhatian saya.	2	Likert
	Keterbukaan	Saya sering berbagi informasi melalui aplikasi <i>WhatsApp</i> kepada	3	Likert

		teman-teman.		
		Saya sering mengirim foto dan video kepada teman melalui aplikasi <i>WhatsApp</i> .	4	Likert
		Saya lebih suka mengunggah foto dan video kegiatan sehari-hari di <i>Instagram</i> .	5	Likert
		Saya aktif memberikan komentar dan menanggapi komentar dari pengguna lain di <i>Instagram</i> .	6	Likert
		Saya sering melakukan <i>mention</i> (@) di <i>Instagram</i> untuk menanggapi pengguna lain.	7	Likert
	<b>Percakapan</b>	Saya lebih nyaman menelpon melalui suara di aplikasi <i>WhatsApp</i> dari pada berbicara langsung dengan teman.	8	Likert
		Saya lebih suka mengirim dan membalas pesan kepada teman melalui aplikasi <i>WhatsApp</i> .	9	Likert
		Saya berbagi dan mendapatkan informasi tentang isu terkini di grup <i>WhatsApp</i> .	10	Likert
	<b>Komunitas</b>	Saya aktif mengikuti perkembangan kegiatan kreatif melalui akun <i>Instagram</i> komunitas.	11	Likert
		Saya mengikuti perkembangan mode dan gaya hidup ( <i>style</i> ) dari akun <i>Instagram</i> komunitas yang saya ikuti.	12	Likert
		Saya sering melakukan <i>share</i> ke jejaring sosial saya yang lain pada saat mengunggah foto dan video di <i>Instagram</i> .	13	Likert
	<b>Saling Terhubung</b>	Fitur <i>share</i> yang dimanfaatkan <i>online shop</i> di <i>Instagram</i> untuk membagikan postingan foto/videonya di media sosial lain menandakan <i>online shop</i> tersebut aktif dan terbuka dalam menyebarkan informasi produk yang dijualnya.	14	Likert
		Dengan fitur <i>share</i> yang dapat terhubung ke media sosial selain <i>Instagram</i> memudahkan saya melihat katalog produk tidak hanya pada akun <i>online shop</i> di <i>Instagram</i> .	15	Likert
<b>Variabel (Y) Alone Together</b>	<b>Asyik Sendiri</b>	Saya lebih asyik sendiri dengan Teknologi jika sedang berkumpul bersama teman-teman.	16	Likert

Saat sendirian, saya merasa takut jika kehilangan koneksi atau jaringan dengan Teknologi.	17	Likert
Jika saya merasa bosan melakukan sesuatu maka saya akan menggunakan <i>Smartphone</i> .	18	Likert
Saya menggunakan <i>tablet/Smartphone</i> sebagai Teknologi untuk mengisi kekosongan dalam keseharian.	19	Likert
Saya mendapatkan kepuasan dengan adanya Teknologi dalam kehidupan saya.	20	Likert

Pengukuran data dengan skala *Likert*, skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap seseorang, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Melalui skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan (Sugiyono, 2017). Skala *Likert* pada penelitian ini menggunakan kata-kata: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Peneliti meniadakan alternatif jawaban ragu-ragu atau jawaban yang netral ditengah-tengah dengan alasan bahwa :

- a) Jawaban ragu-ragu mempunyai arti ganda, bisa diartikan belum dapat memberikan jawaban dan bisa juga diartikan netral;
- b) Tersedianya jawaban di tengah menimbulkan kecenderungan menjawab di tengah, terutama bagi mereka yang ragu-ragu antara setuju dan tidak setuju;

Penggunaan alternatif jawaban dimaksudkan untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah setuju atau tidak setuju. Jika disediakan kategori jawaban di tengah maka akan mengurangi banyaknya informasi yang akan didapat dari responden. (Sarjono, 2011)

Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen/anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian (Noor, 2012). Dalam penelitian ini peneliti menentukan populasinya yaitu mahasiswa Universitas Riau. Peneliti mengambil sampel sebesar 100 responden yang didapat dengan menggunakan teknik penarikan sampel kuota, teknik ini adalah untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai kriteria-kriteria tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan periset. Sampel dalam penelitian ini peneliti menentukan sampel dari jumlah mahasiswa Universitas Riau sebagai pengguna media sosial yang telah diketahui jumlahnya yakni 100 orang. Kemudian untuk cara menentukan sampel peneliti menggunakan teknik *accidental sampling*, teknik ini merupakan pengambilan responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan ditemui cocok dijadikan sebagai sumber (Kriyantono, 2010).

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Hipotesis meliputi yaitu: regresi linear sederhana, uji-t dan koefisien korelasi.

## Hasil Penemuan dan Diskusi

### Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa Universitas Riau, penulis memperoleh data karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin responden, umur responden, tingkat responden sebagai berikut:

- a. Jenis kelamin: banyaknya responden berdasarkan “jenis kelamin” yaitu responden yang berjenis kelamin pria sebanyak 50 orang (50%) dan responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 50 orang (50%).
- b. Umur: sebagian umur responden 18-20 tahun sebanyak 27 orang (27%), usia responden 21-23 tahun sebanyak 48 orang (48%), usia responden 24-26 tahun sebanyak 19 orang (19%) dan usia responden >27 tahun sebanyak 6 orang (6%). Hal ini menunjukkan bahwa dominasi umur pengguna *Instagram* dan *WhatsApp* di Universitas Riau diantara 21 sampai dengan 23 tahun.
- c. Tingkat semester: dari 100 responden yang menjadi mayoritas responden yaitu memiliki latar belakang tingkat IV ada 71 orang (71%), responden yang memiliki latar belakang tingkat II ada 17 orang (17%), responden yang memiliki latar belakang tingkat III ada 8 orang (8%), dan responden yang memiliki latar belakang tingkat I ada 4 orang (4%).

### Uji Validitas

Data yang diperoleh dari pengumpulan kuesioner, dilakukan pengujian validitas, instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 0,05 dengan rumus Korelasi *Product Moment Pearson*. Instrumen bisa dikatakan valid mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  didapatkan adalah  $df = n-2$  ( $100-2$ ) = 98, maka tabel r pada angka 98 *Product Moment* adalah 0,197.

**Tabel 2.** Validitas Media Sosial *Instagram* dan *WhatsApp*

Item	r hitung	r table taraf 0,05 ; n=98	Status
X 1	0.412	0,197	Valid
X 2	0.512	0,197	Valid
X 3	0.333	0,197	Valid
X 4	0.458	0,197	Valid
X 5	0.702	0,197	Valid
X 6	0.687	0,197	Valid
X 7	0.626	0,197	Valid
X 8	0.438	0,197	Valid

X 9	0.410	0,197	Valid
X 10	0.352	0,197	Valid
X 11	0.605	0,197	Valid
X 12	0.610	0,197	Valid
X 13	0.766	0,197	Valid
X 14	0.355	0,197	Valid
X 15	0.435	0,197	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2018)

Berdasarkan tabel 2 pengujian validitas untuk variabel media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* mempunyai nilai korelasi di atas 0,197 dengan demikian berarti item pernyataan dari variabel media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* dinyatakan valid.

**Tabel 3.** Validitas Budaya *Alone Together*

Item	r hitung	r table taraf 0,05 ; n=98	Status
Y 16	0.632	0,197	Valid
Y 17	0.683	0,197	Valid
Y 18	0.656	0,197	Valid
Y 19	0.666	0,197	Valid
Y 20	0.644	0,197	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2018)

Berdasarkan tabel 3 pengujian validitas untuk variabel budaya *Alone Together* mempunyai nilai korelasi atau nilai r hitung di atas 0,197 (r tabel), dengan demikian berarti item pernyataan dari variabel budaya *Alone Together* dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas berguna untuk menunjukkan konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran kembali terhadap objek yang sama. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Jika nilai suatu variabel memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka variabel tersebut dikatakan reliabel. (Sugiyono, 2002)

**Tabel 4.** Hasil Uji Realibilitas Item

Variabel	r kritis	Cronbach's Alpha	Ket. Alpha > 0.197
Media Sosial <i>Instagram</i> dan <i>WhatsApp</i>	0,60	0,807	Reliabel

Budaya <i>Alone Together</i>	0,60	0,654	Reliabel
------------------------------	------	-------	----------

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2018)

Dari tabel di atas diketahui nilai alpha setelah dilakukan uji reliabilitas yaitu nilai variabel X 0,807 dan nilai variabel Y sebesar 0,654. Nilai yang didapati seluruh item lebih besar dari 0,60 nilai r-kritis. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item *reliabel*.

### Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan tabel *output* di atas, diperoleh nilai a sebesar 8,611 dan koefisien variabel pengaruh media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* sebesar 0,158. Dengan demikian dapat ditentukan persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 8,611 + 0,158X$$

Dari hasil persamaan regresi linier sederhana tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 8,611, artinya apabila ada budaya *Alone Together* di Universitas Riau diasumsikan nol (0), maka pengaruh media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* bernilai 8,611 satuan.
2. Nilai koefisien regresi budaya *Alone Together* sebesar 0,158. Artinya, adanya pembentukan budaya *Alone Together* sebesar satuan, maka akan meningkatkan pengaruh media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* sebesar 0,158.

**Tabel 5.** Persamaan Regresi Linier Sederhana  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
(Constant)	8.611	1.634		5.271	.000
1 Media Sosial IG dan Wa	.158	.036	.403	4.364	.000

a. Dependent Variable: Budaya *Alone Together*

### Koefisien Korelasi

Tingkat korelasi dilihat dari nilai R yaitu sebesar 0,403. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat sedang.

**Tabel 6.** Pedoman Nilai Koefisien Korelasi ( $R^2$ )

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00	Tidak ada korelasi
>0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-0,999	Sangat kuat
1,00	Korelasi sempurna

Sumber: Neolaka, 2014

**Tabel 7.** Uji Hipotesis (Uji t)  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	8.611	1.634			
1	Media Sosial IG dan Wa	.158	.036	.403	4.364	.000

a. *Dependent Variable: Budaya Alone Together*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 4.364. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% = 0,05, derajat kebebasan (df) = n (jumlah sampel penelitian) – k (jumlah variabel penelitian) = 100 - 2 = 98, diperoleh nilai t-tabel pada tabel distribusi t  $\pm$  3,920. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  (4,364) >  $t_{tabel}$  (3,920), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya “Media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* berpengaruh signifikan terhadap pembentukan budaya *Alone Together* di Universitas Riau”.

## Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan penelitian yang telah dilakukan, penelitian mengenai pengaruh media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* terhadap pembentukan budaya “*Alone Together*” di Universitas Riau dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* berpengaruh terhadap pembentukan budaya “*Alone Together*” di Universitas Riau. Hal ini terbukti dengan diketahui  $t_{hitung}$  (4,364) >  $t_{tabel}$  (3,920) dan tingkat signifikan (0,000) > 0,05. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan budaya “*Alone Together*” yaitu mahasiswa di Universitas Riau. Berdasarkan hasil uji Korelasi, terdapat hubungan yang sedang antara pengaruh media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* terhadap pembentukan budaya “*Alone Together*” di Universitas Riau, dengan nilai koefisien korelasi 0,403. Artinya terdapat pengaruh antara media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* terhadap pembentukan budaya *Alone*

*Together* di Universitas Riau dengan pengaruh sebesar 16,3%, sedangkan sisanya sebesar 83,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penelitian ini. Kemudian juga ucapan terima kasih diberikan kepada seluruh responden yang telah bersedia terlibat dan bekerjasama dalam penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Monanda, R. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram @AWKARIN Terhadap Gaya Hidup dikalangan Followers Remaja*. Pekanbaru: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Riau.
- Narsiti, Alfi Damayanti Sari., & Purworini, Dian. (2018). Pembentukan Harga Diri: Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 10, No. 1, Hal 33 – 47. <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1282/1270>
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media sosial Perspektif Komunikasi ,Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neolaka, Amos. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT. RemajaRosda Karya.
- Noor, Juliansyah. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Sarjono, Haryadi., & Julianita, Winda. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Turkle, Sherry. (2011). *Alone Together: Why Expect More From Technology and Less From Each Other*. New York: Basic Books.
- Vera, Nawiroh. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- West, Richard., & Turner, Lynn H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Buku 1 edisi ke-3 Terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika.