

Analisis Efektivitas Penyebaran Informasi Pendidikan di Universitas Internasional Batam Melalui Media Sosial

Putra Sabar Hotman Sihombing

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Internasional Batam
Jl. Gajah Mada, Baloi Sei Ladi Batam 29442
Email: putrasabarsabar@gmail.com

Abstract

This research is to describe level of social media use, the outcome of spreading educational information and explain the effectiveness of social media use as a mean that is applied to spread educational information in Universitas Internasional Batam. It uses a quantitative approach by combining research method both of Shang, Wu, and Li 2017 as well Hur et al. 2017. The result of this study presents that the level of social media use as a mean to spread educational information in Universitas Internasional Batam was affected by Extrinsic Motivation and Intrinsic Motivation. Based on those variables, the significant effects were Intrinsic Motivation.

Keywords: social media, information, Extrinsic Motivation, Intrinsic Motivation

Copyright © Journal of Information System and Technology. All rights reserved

1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Tingkat ketertarikan seseorang atas sebuah informasi sangat tinggi seiringan dengan berkembangnya bidang teknologi informasi yang telah banyak memberikan perubahan serta berpengaruh juga terhadap bidang pendidikan tepatnya dalam proses pembelajaran (Bayquni, Kurniasih, & Anwar, 2015). Penggunaan media sosial oleh banyak orang memiliki tujuan yang berbeda-beda yaitu untuk kesenangan, komunikasi, informasi, dan transaksi. Media sosial saat ini sedang marak digunakan dalam membantu penyebaran sebuah informasi, mudah dan

tingkat fleksibilitas menjadi kata kunci mengapa orang memilih media sosial sebagai media dalam penyebaran sebuah informasi (Bayquni et al., 2015).

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat menambah pengetahuan seseorang, orang dapat berinteraksi dengan siapa saja, dan membuat jaringan bisnis yang tanpa batasan waktu dan ruang. Perkembangan teknologi dalam bidang informasi khususnya situs web atau *chatting* membuat dunia semakin dengan mudah untuk dijangkau, akan tetapi seiringan perkembangan yang sangat pesat tersebut juga memiliki dampak positif dan negatif terhadap pengguna dan sekitarnya, bergantung terhadap pemanfaatan kemajuan

teknologi informasi tersebut (Anggreini, Nasir, & Noor, 2016).

Orang-orang membutuhkan informasi untuk menunjang aktivitas keseharian mereka termasuk didalam bidang pendidikan. Seseorang pasti melakukan segala upaya agar bisa mendapatkan informasi yang diperlukan secepat mungkin. Teknologi informasi semakin berkembang dari masa kemasa apalagi sejak internet berkembang serta mudah untuk mengakses internet sehingga mengubah gaya hidup manusia (Widayanti, Y., & Santoso, 2018). Masyarakat dapat mengakses informasi yang mereka butuhkan hanya melalui telepon genggam yang mereka miliki. Perkembangan ini diikuti dengan banyaknya penggunaan media sosial yang membantu penyebaran sebuah informasi secara cepat terutama dalam bidang pendidikan, beberapa informasi-informasi pendidikan yang dibagikan melalui media sosial adalah informasi lomba, informasi beasiswa, dan informasi kegiatan kemahasiswaan (Bayquni et al., 2015).

Media sosial merupakan salah satu sarana efektif dan efisien dalam penyampaian suatu informasi kepada pihak lain. Media ini memungkinkan setiap orang dapat berinteraksi maupun bersosialisasi dan berkomunikasi tanpa terhalang oleh jarak dan waktu, sehingga kapanpun dan dimanapun orang tersebut dapat terhubung melalui media sosial. Selain itu, media sosial juga memberikan ruang bagi setiap orang yang ingin ikut serta dalam memberikan andil secara transparan, memberikan masukan dan kritik, dan juga dapat membagikan informasi dengan kurun waktu yang cepat dan berada dimanapun (Rahadi, 2017).

Banyaknya media sosial yang muncul disebabkan oleh berkembangnya teknologi internet yang memudahkan khalayak dalam berinteraksi. Komunikasi yang biasanya dilakukan secara tatap muka melalui media sosial

sekarang dapat dilakukan dimanapun kapanpun dan tanpa ada batasan. Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi dapat disalahgunakan dengan menyebarkan berita-berita *hoax* sehingga pengguna media sosial harus bisa menyaring informasi-informasi yang diterima sebelum diteruskan atau disebarluaskan. Akan tetapi, penggunaan media sosial juga sangat menguntungkan dan mempermudah seseorang dalam penyebaran informasi pendidikan, promosi, dan publikasi kegiatan (Nugraha, Sudarajat, & Putri, 2015).

Penyampaian informasi yang efektif sangat berperan penting dikalangan mahasiswa apalagi jika berhubungan dengan informasi pendidikan, kegiatan kemahasiswaan, dan kegiatan lomba mahasiswa. Proses penyampaian informasi yang efektif tersebut dipengaruhi oleh media atau sarana yang kita gunakan. Karena itulah untuk mengetahui seberapa besar efektivitas media sosial sebagai sarana penyampaian informasi di kalangan mahasiswa sangatlah penting (Nasrullah, 2017).

Universitas Internasional Batam (UIB) adalah instansi pendidikan tinggi yang terletak di Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau. Biro Pengembangan Kemahasiswaan dan Alumni (BPKA) merupakan wadah bagi mahasiswa dan alumni. BPKA sering menggunakan media sosial sebagai media penyebaran informasi pendidikan, kegiatan mahasiswa ataupun informasi lomba kepada mahasiswa. Oleh karena itu, sesuai dengan paparan yang telah dijelaskan diatas, penulis berniat melakukan riset topik skripsi dengan judul **“Analisis Efektivitas Penyebaran Informasi Pendidikan Kepada Mahasiswa Universitas Internasional Batam Melalui Media Sosial”**.

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh pada penyebaran informasi pendidikan.

2. Mengetahui pengaruh dari faktor *Extrinsic Motivation (EM)* dalam penyebaran sebuah informasi.
3. Mengetahui pengaruh dari faktor *Intrinsic Motivation (IM)* dalam penyebaran sebuah informasi.
4. Mengetahui dimensi dari masing-masing faktor yang berpengaruh signifikan dalam penyebaran sebuah informasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 TINJAUAN PUSTAKA

Riset yang dilaksanakan oleh (Helys & Handayani, 2016) tentang **"Efektivitas komunikasi dalam penggunaan media sosial *instagram* sebagai media komunikasi dikalangan mahasiswa fakultas ilmu sosial dan politik Universitas Surakarta"**. Riset ini memiliki beberapa indikator penelitain yaitu pengertian, kesenangan, memengaruhi, hubungan sosial yang baik dan tindakan. Hasil dari riset tersebut menyatakan bahwa indikator pengertian berdasarkan pernyataan responden yang memilih 60% baik, 27% sangat baik, 10% cukup baik, dan 3% tidak baik. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan efektif karna mayoritas responden sudah mengerti tentang efektivitas komunikasi media sosial. Untuk indikator kebahagiaan responden memilih 40% cukup baik, 30% baik, 13% sangat baik dan 17% tidak baik. Hasil tersebut belum memenuhi target yang telah ditetapkan sehingga pemakaian media sosial *instagram* belum dikatakan efektif. Indikator yang impak terhadap perilaku responden menyetujui bahwa 40% baik dan cukup baik, 15% sangat baik dan 5% tidak baik. Sesuai dengan hasil tersebut dapat dinyatakan media sosial *instagram* telah mempengaruhi sikap mahasiswa Universitas Surakarta. Indikator interaksi sosial yang baik responden menyetujui bahwa 45% baik, 40% cukup baik, 10% sangat baik, dan 5% tidak baik. Hasil tersebut dinyatakan efektif karna pengguna media sosial

Instagram mempengaruhi interaksi sosial yang baik dengan memperbanyak jaringan kekrabatan dan membagikan kebaikan antar mahasiswa universitas Surakarta. Indikator yang terakhir yaitu tindakan, dari pernyataan responden menyatakan 45% baik, 40% cukup baik, 10% tidak baik, dan 5% sangat baik. Hasil tersebut dinyatakan efektif karna pengguna media sosial *Instagram* mempengaruhi tindakan mahasiswa universitas Surakarta.

Riset yang diteliti oleh (Irianto, Yusanto, & Putri, 2015) berjudul **"Pengaruh Penggunaan *Instant Messaging Line* terhadap Efektivitas Komunikasi Interpersonal"**. Riset ini memiliki tujuan untuk mengukur impak dari pemakaian media sosial line terhadap efektivitas komunikasi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Telkom. Riset ini menghasilkan t hitung senilai $12,165 > t$ tabel 1,985, sehingga H_0 dinyatakan ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial *line* dengan efektivitas komunikasi interpersonal pada mahasiswa memang berpengaruh. Hasil presentasi pengaruhnya adalah sebesar 60,2% pengaruh penggunaan media sosial *line* terhadap efektivitas komunikasi interpersonal dan 39,8% sisahnya berimpak pada faktor lain yang tidak masuk kedalam riset ini.

Riset yang dilaksanakan oleh (Rianingtias, Sobri, & Nurabadi, 2017) tentang **"Efektivitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Capaian Pembelajaran Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang"**. Intensi dari riset ini adalah agar mengetahui keefektivan penggunaan dari media sosial terhadap pembelajaran mahasiswa dikampus. Pendekatan kuantitatif merupakan metode riset yang pakai dalam riset ini dengan rancangan riset deskriptif-korelasional, dengan maksud untuk mengetahui relasi antara variabel X dan Y. Agar mengetahui nilai variabel mandiri maka digunakan riset deskriptif,

dengan jumlah satu variabel atau lebih tanpa membandingkan atau membuat relasi dengan variabel lainnya. Tingkat ketercapaian pembelajaran mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang menjadi tiga yaitu baik, sedang dan buruk. Kesimpulan riset ini yaitu tingkat penggunaan media sosial yang digunakan mahasiswa fakultas ilmu pendidikan Universitas Negeri Malang tergolong dalam kategori sedang, hal tersebut membuktikan bahwa banyak mahasiswa yang menggunakan media sosial untuk mendapatkan capaian pembelajaran yang maksimal.

2.1.1 Model Penelitian

Model riset yang penulis gunakan merupakan hasil penggabungan dua riset yang dilakukan oleh Hur, Kim, Karatepe, & Lee, (2017) dan Shang, Wu, & Li, (2017).

2.1.2 Extrinsic Motivation

Merupakan motivasi yang mencerminkan keinginan yang muncul dari luar diri individu untuk memperoleh imbalan yang dapat memberikan rasa kepuasan dan kesenangan walaupun aktivitas tersebut tidak memberikan rasa kepuasan atau kesenangan dari dalam dirinya sendiri. Tujuan dari motivasi ini adalah agar seseorang melaksanakan sesuatu seperti yang ingin dicapai dan tidak mengganggu prosedur pembelajaran. Terdapat beberapa indikator yang termasuk kedalam motivasi ekstrinsik, antara lain:

1. Kegunaan yang dirasakan (*Perceived Usefulness*)
2. Hubungan pemeliharaan motif (*Relationship Maintenance Motive*)
3. Identifikasi komunitas (*Community Identification*)
4. Interaksi sosial (*Sosial Interaction*)

2.1.3 Intrinsic Motivation

Motivasi yang timbul dari dalam diri individu dan akan mempunyai rasa kepuasan atau kesenangan dalam melakukan aktivitas karena sesuai dengan keinginannya disebut dengan motivasi intrinsik. Motivasi ini muncul tanpa ada pengaruh dari luar karena memang sudah ada didalam diri, yaitu sejalan dengan keperluannya. Terdapat beberapa indikator yang termasuk kedalam motivasi intrinsik, antara lain:

1. Kesenangan yang dirasakan (*Perceived Enjoyment*)
2. Kecendrungan (*Atrium Tendency*)
3. Kemandirian diri (*Self-efficacy*)
4. Motif mencari informasi (*Information Seeking Motive*)
5. Motif hiburan (*Entertainment Motive*)

2.1.4 Information Sharing Intentions

Keinginan berbagi informasi (*Information Sharing Intentions*) merupakan perasaan seseorang individu yang mau atau ingin untuk membagikan informasi yang dimiliki kepada orang lain tanpa ada perintah atau paksaan dari orang lain. Keinginan ini biasanya timbul dari dalam diri seseorang dikarenakan adanya perasaan kerelaan dalam membagikannya (Shang et al., 2017).

2.1.5 Pengertian Informasi

Menurut Halim & Hasan, (2017) informasi merupakan hasil dari pemrosesan sebuah data (fakta) menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat dan berguna untuk mengambil sebuah keputusan. Sedangkan menurut Eviawan, Kurniawan, & Agustian, (2018) informasi yaitu hasil pengolahan dari sebuah data menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti sehingga dapat membantu kebutuhan dari penerima informasi dan menurut Ramadhan, Ningrum, & Yamin, (2016) informasi dapat juga dijelaskan sebagai

ilmu pengetahuan yang diperoleh dari pembelajaran, pengalaman, atau intruksi. Setiap orang membutuhkan informasi dalam kehidupannya masing-masing. Jenis informasi yang dibutuhkan juga bermacam-macam tergantung kebutuhan dari sipencari informasi. Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan diatas maka penulis menarik kesimpulan yaitu informasi merupakan sekumpulan fakta yang telah diproses menjadi bentuk data, sehingga lebih bermanfaat dan berguna bagi seseorang.

2.1.6 Media Sosial

Media Sosial atau *Social Media* merupakan sebuah sarana yang digunakan untuk berkomunikasi. Sosial artinya kebutuhan insting dari seorang individu untuk berinteraksi atau membuat sebuah relasi dengan orang lain. Sebagai seorang individu kita butuh untuk berhubungan dengan orang lain disekitar kita untuk bertukar informasi, ide, dan pengalaman yang kita miliki. Media adalah sarana yang digunakan untuk melakukan komunikasi dengan individu lain yang ada disekitar kita, media dapat berbentuk tulisan, audio, televise, e-mail, website dan lain sebagainya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, Media sosial merupakan sebuah teknologi yang dipergunakan secara efektif untuk berkomunikasi dengan orang lain, membangun sebuah hubungan (Irianto et al., 2015)

2.1.7 Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)

SPSS adalah sebuah *software* yang berfungsi sebagai aplikasi statistik untuk mengolah data. SPSS pertama dibuat oleh seorang mahasiswa dari Stanford University yaitu Normand H. Nie, Handlai Hull, dan Dale H Bent pada tahun 1968. Sebagai sebuah aplikasi yang sudah banyak digunakan dalam

menganalisis sebuah sistem atau sebuah riset. Maka, pada riset ini penulis juga menggunakan aplikasi SPSS 21 dalam mengelolah dan menganalisis data (Sujana & Mukarromah, 2017).

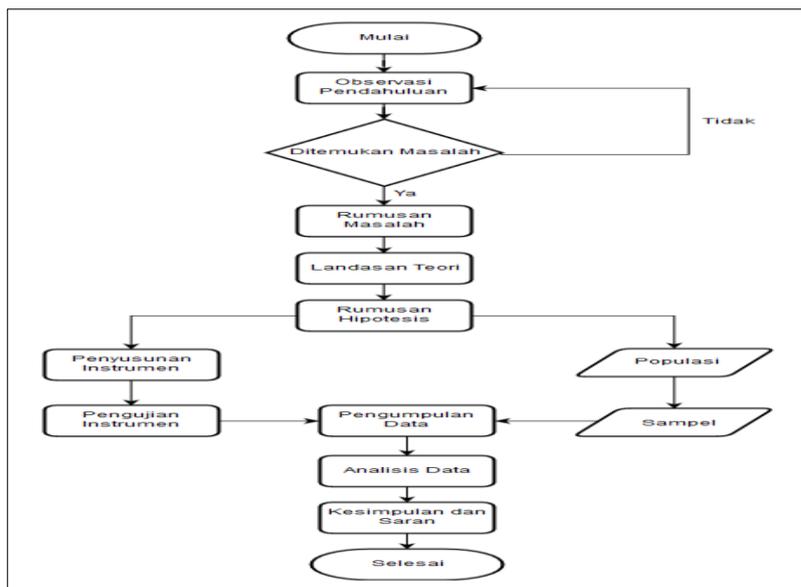
2.1.8 Google Formulir

Google formulir atau *Google form* merupakan salah satu komponen gratis yang diberikan oleh google yang diakses secara *online (terhubung dengan internet)*. Google formulir dapat digunakan oleh berbagai kalangan seperti mahasiswa, dosen, dan profesional yang memudahkan dalam pembuatan kuis, formulir, dan *survey online*. Supaya dapat menggunakan google formulir syarat utama adalah memiliki akun google, akun tersebut dapat menggunakan beberapa produk gratis google seperti Gmail sebagai alat berkomunikasi melalui *email, drive* sebagai alat penyimpanan online, *youtube* sebagai alat berbagi dan menyimpan video, dan lain sebagainya. Penggunaan google formulir sebagai alat untuk penyebaran angket pada sebuah riset juga mendukung program penghematan kertas sebagai wujud peduli lingkungan (Batubara, 2016).

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Alur Penelitian

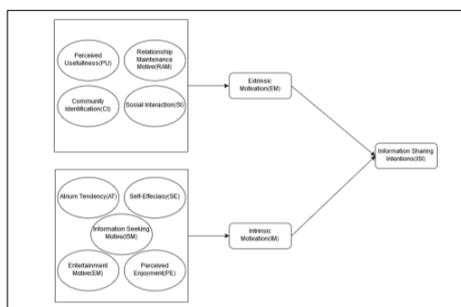
Dalam pelaksanaan riset ini ada berbagai tahapan kegiatan yang harus dilakukan. Menggunakan penerapan dari gabungan model riset yang dilakukan oleh Shang, Wu, and Li 2017 dan Hur et al. 2017 sebagai model untuk menganalisis pada riset ini, diharapkan proses riset ini dapat lebih terarah. Berikut merupakan alur riset yang dijadikan sebagai acuan pada pelaksanaannya (Gambar 1):



Gambar 1 Alur Penelitian

3.2 Model Riset

Berdasarkan dengan tujuan riset ini, yaitu tentang hubungan antara variabel *extrinsic motivation* dan *intrinsic motivation*, maka model riset dapat ditunjukkan oleh Gambar 2.



Gambar 2 Model Regresi

Persesuaian dari model regresi bisa dirumuskan melalui regresi berganda berikut:

$$ISI = a + b_1EM + b_1IM + e$$

ISI = Information Sharing Intentions
 a = Konstanta
 b = Koefisien regresi setiap variabel bebas
 EM = Extrinsic Motivation (EM)
 IM = Intrinsic Motivation (IM)

3.3 Variabel Riset

Variabel merupakan karakteristik yang menjadi objek pengamatan riset. Variabel riset merupakan sebuah atribut atau sifat objek atau kegiatan yang mempunyai jenis tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya sesuai dengan permasalahan dan model riset yang ingin diuji, maka variabel-variabel yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

3.3.1 Variabel Independen

Variabel independen (bebas), merupakan variabel yang menjadi pemicu timbulnya variabel lain atau variabel yang tidak terprediksikan oleh variabel lain didalam model. Variabel independen dalam riset ini adalah Extrinsic Motivation (EM) dan Intrinsic Motivation (IM). Tabel 3.1 dan 3.2 menunjukkan definisi operasional variabel pada EM dan IM .

3.3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat), yaitu variabel yang muncul karena dipengaruhi variabel lain atau variabel yang diperkirakan oleh satu atau beberapa variabel yang lain dalam model riset.

Variabel dependen dalam riset ini adalah *Information Sharing Intentions (ISI)*.

3.4 Tempat dan Waktu Penelitian

Pelaksanaan riset ini dilaksanakan di kampus Universitas Internasional Batam (UIB) yang lokasi dikota Batam tepatnya beralamat di Jalan Gajah Mada, Baloi-Sei Ladi.

Durasi waktu penulis dalam melaksanakan riset ini dilakukan pada bulan September 2018 hingga bulan Desember 2018. Hal yang yang penulis lakukan selama kurang lebih 4 bulan adalah mengidentifikasi masalah, membuat model riset, penyebaran angket, mengelolah data dan membuat kesimpulan dari riset ini.

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi dalam riset ini adalah mahasiswa aktif di Universitas Internasional Batam yang biasa memakai media sosial sebagai salah satu media penyebaran informasi pendidikan dalam perkuliahan yaitu terdiri dari 3765 mahasiswa yang terdiri dari 225 mahasiswa jurusan Teknik Sipil, 80 mahasiswa jurusan Teknik Elektro, 532 mahasiswa jurusan Sistem Informasi, 1333 mahasiswa jurusan Manajemen, 814 mahasiswa jurusan Akuntansi, 129 mahasiswa jurusan Pariwisata, 612 mahasiswa jurusan Ilmu Hukum, dan 40 mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Inggris.

Metode *Proportionate Stratified Random Sampling* dipakai untuk mencari sampel dalam sebuah riset. Teknik ini dipakai karena populasi dalam riset ini tidak homogen, mengacu pada (Handayani and Sudiana 2015), teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* dapat digunakan apabila populasi memenuhi kriteria sebagai berikut yaitu anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Strata yang dimaksud adalah mahasiswa semester 1, semester 3, semester 5, dan semester 7.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode survey digunakan sebagai cara peneliti dalam pengambilan data. Metode survei merupakan metode riset yang menggunakan angket sebagai *instrument* dalam proses pengumpulan datanya, dengan tujuan menghasilkan informasi dari sejumlah responden yang dijadikan perwakilan dari sejumlah populasi tertentu.

Pengambilan dan pengumpulan data riset ini melalui penyebaran angket *online* dengan memanfaatkan aplikasi *google form* yang bagikan secara langsung ataupun melalui media sosial kepada seluruh mahasiswa UIB.

3.7 Metode Analisis Data

Data yang penulis peroleh dari hasil penyebaran angket akan dianalisis secara kuantitatif dengan cara pengolahan data menggunakan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* versi 21 untuk mendapatkan gambaran mengenai hubungan yang jelas antara variabel-variabel yang terdapat pada riset ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Hasil pengisian angket yang sesuai dengan kebutuhan pada riset ini adalah 430 responden. Maka, data hasil dari pengisian angket dari 430 responden ini yang kemudian menjadi sampel untuk diolah dan dianalisis dalam menguji hipotesis yang telah dibuat. Data yang telah terkumpul lalu diolah dan dianalisis menggunakan *software SPSS* versi 21.

Tabel 4.1 Total Responden

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang di share	463 kuesioner
Kuesioner yang akan di uji	430 kuesioner
Kuesioner outlier	33 kuesioner
Kuesioner yang dijadikan sampel	430 kuesioner
Total kuesioner yang dijadikan sampel	430 kuesioner

Sumber: Data Primer diolah (2018)

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada riset ini adalah jenis kelamin, semester dan semester. Berikut penulis sajikan rangkuman karakteristik responden pada Tabel 4.2 di bawah ini.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Persentase	
Jurusan	Teknik Sipil	28 Mahasiswa	6,5%	
	Teknik Elektro	10 Mahasiswa	2,3%	
	Sistem informasi	65 Mahasiswa	15,1%	
	Manajemen	129 Mahasiswa	30%	
	Akuntansi	112 Mahasiswa	26,1%	
	Ilmu Hukum	65 Mahasiswa	15,1%	
	Pariwisata	14 Mahasiswa	3,3%	
	P. Bahasa Inggris	7 Mahasiswa	1,6%	
	Semester	Semester 1	64 mahasiswa	14,9%
		Semester 3	249 mahasiswa	58%
Semester 5		62 mahasiswa	14,4%	
Semester 7		55 mahasiswa	12,7%	
Jenis Kelamin	Laki-laki	181 mahasiswa	42,1%	
	Perempuan	249 mahasiswa	57,9%	

4.3 Hasil Uji Outlier

Uji ini dilakukan dengan cara menghitung nilai *z* (*Standard Score*) dari semua data riset yang akan membandingkan nilai dari *z* tersebut dengan nilai kritis sebesar 3. Jika hasil uji menunjukkan nilai dari *z* yang lebih besar dari 3 atau lebih kecil dari -3 maka dianggap telah menyimpang dari rata-rata dan tidak dianalisis lebih lanjut lagi. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3 Hasil Uji *Outlier* Variabel *Extrinsic Motivation*

Zscore	N	Minimu m	Maximum	Kesimpulan
Zscore (EM1)	463	-4,38628	0,86478	terdapat outlier
Zscore (EM2)	463	-3,96927	0,94785	terdapat outlier
Zscore (EM3)	463	-3,71976	1,04771	terdapat outlier
Zscore (EM4)	463	-4,90733	0,69241	terdapat outlier
Zscore (EM5)	463	-4,85709	0,69558	terdapat outlier
Zscore (EM6)	463	-4,80205	0,73211	terdapat outlier
Zscore (EM7)	463	-2,73442	1,05895	tidak terdapat outlier
Zscore (EM8)	463	-3,73599	1,09913	terdapat outlier
Zscore (EM9)	463	-3,47215	1,17747	terdapat outlier
Zscore (EM10)	463	-3,92940	1,06185	terdapat outlier
Zscore (EM11)	463	-3,24363	1,18646	terdapat outlier
Valid N (listwise)	463			

Sumber: Data Primer diolah (2018)

Tabel 4.4 Hasil Uji *Outlier* Variabel *Intrinsic Motivation*

Zscore	N	Minimu m	Maximu m	Kesimpulan
Zscore (IM1)	463	-3,52721	1,06983	terdapat outlier
Zscore (IM2)	463	-3,14111	0,89871	terdapat outlier
Zscore (IM3)	463	-1,31495	1,63334	tidak terdapat outlier
Zscore (IM4)	463	-3,28619	1,22198	terdapat outlier
Zscore (IM5)	463	-3,37660	1,18464	terdapat outlier
Zscore (IM6)	463	-3,38661	1,15174	terdapat outlier
Zscore (IM7)	463	-3,37953	1,13952	terdapat outlier
Zscore (IM8)	463	-3,91727	1,08258	terdapat outlier
Zscore (IM9)	463	-3,45161	1,08521	terdapat outlier
Zscore (IM10)	463	-3,14820	1,09523	terdapat outlier
Zscore (IM11)	463	-3,32940	1,08754	terdapat outlier
Zscore (IM12)	463	-2,88757	1,04462	tidak terdapat outlier
Zscore (IM13)	463	-2,90759	1,03255	tidak terdapat outlier
Zscore (IM14)	463	-4,02227	0,82434	terdapat outlier
Zscore (IM15)	463	-2,62473	1,10017	tidak terdapat outlier
Zscore (IM16)	463	-3,61204	0,96981	terdapat outlier
Zscore (IM17)	463	-4,11956	0,92636	terdapat outlier
Zscore (IM18)	463	-3,81051	0,95778	terdapat outlier
Valid N (listwise)	463			

Sumber: Data Primer diolah (2018)

Tabel 4.5 Hasil Uji *Outlier* Variabel *Information Sharing Intentions*

Zscore	N	Minimu m	Maximu m	Kesimpulan
Zscore (ISI1)	463	-3,46683	1,16896	terdapat outlier
Zscore (ISI2)	463	-3,78823	1,19813	terdapat outlier
Zscore (ISI3)	463	-3,67851	1,16342	terdapat outlier
Valid N (listwise)	463			

Sumber: Data Primer diolah (2018)

Berdasarkan hasil uji *outlier* yang telah dijabarkan pada tabel 4.3, tabel 4.4, dan 4.5 diatas terhadap tiga variabel yaitu *extrinsic Motivation*, *intrinsic Motivation*, dan *information sharing intentions*, hasil uji dari 463 kuesioner yang akan diolah dan dianalisis, ada 33 data kuesioner yang memiliki nilai *z* lebih kecil dari -3. Jadi dapat disimpulkan dalam riset ini data yang digunakan sebagai sampel riset adalah 430 kuesioner.

4.4 Hasil Uji Validitas

Sebelum sebuah kuesioner disebarakan perlu dilakukan uji terhadap butir-butir pertanyaannya yaitu dengan uji validitas. Hasil pengujian validitas data dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel *Extrinsic Motivation*

Variabel	Kode	Muatan Faktor	Kesimpulan
Extrinsic Motivation	EM 1	0,744	Sesuai kriteria
	EM 2	0,766	Sesuai kriteria
	EM 3	0,747	Sesuai kriteria

EM 4	0,761	Sesuai kriteria
EM 5	0,768	Sesuai kriteria
EM 6	0,747	Sesuai kriteria
EM 7	0,602	Sesuai kriteria
EM 8	0,703	Sesuai kriteria
EM 9	0,736	Sesuai kriteria
EM 10	0,777	Sesuai kriteria
EM 11	0,693	Sesuai kriteria

Sumber: Data Primer diolah (2018)

Dari **Tabel 4.6** menunjukkan bahwa nilai muatan faktor untuk variabel *Extrinsic Motivation* berkisar antara 0,602 sampai 0,777 hal ini menjelaskan bahwa pertanyaan-pertanyaan pada variabel *Extrinsic Motivation* adalah valid dikarenakan nilai dari muatan faktor mencapai batas minimum yaitu 0,5.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel *Intrinsic Motivation*

Variabel	Kode	Muatan Faktor	Kesimpulan
Intrinsic Motivation	IM 1	0,767	Sesuai kriteria
	IM 2	0,721	Sesuai kriteria
	IM 3	0,635	Sesuai kriteria
	IM 4	0,749	Sesuai kriteria
	IM 5	0,778	Sesuai kriteria
	IM 6	0,777	Sesuai kriteria
	IM 7	0,715	Sesuai kriteria
	IM 8	0,745	Sesuai kriteria
	IM 9	0,659	Sesuai kriteria
	IM 10	0,705	Sesuai kriteria
	IM 11	0,714	Sesuai kriteria
	IM 12	0,796	Sesuai kriteria
	IM 13	0,803	Sesuai kriteria
	IM 14	0,684	Sesuai kriteria
	IM 15	0,563	Sesuai kriteria
	IM 16	0,733	Sesuai kriteria
	IM 17	0,796	Sesuai kriteria
	IM 18	0,753	Sesuai kriteria

Sumber: Data Primer diolah (2018)

Sesuai isi Tabel 4.7 menjelaskan bawah nilai muatan faktor pada variabel *Intrinsic Motivation* dengan rentang nilai 0,563 hingga 0,803 hal ini menjelaskan bahwa pertanyaan-pertanyaan pada variabel *Intrinsic Motivation* dapat dikatakan valid karena nilai muatan faktor mencapai batas minimum yaitu 0,5.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel *Information Sharing Intention*

Variabel	Kode	Muatan Faktor	Kesimpulan
Information Sharing Intention	ISI 1	0,922	Sesuai kriteria
	ISI 2	0,932	Sesuai kriteria
	ISI 3	0,934	Sesuai kriteria

Sumber: Data Primer diolah (2018)

Dari **Tabel 4.8** dijelaskan bahwa nilai dari muatan faktor variabel *Information Sharing Intention* memiliki rentang 0,922 hingga 0,934 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel *Information Sharing Intention* dinyatakan valid karena nilai muatan faktor mencapai batas minimum yaitu senilai 0,5.

4.5 Hasil Uji Realibilitas

Metode perhitungan dalam melakukan uji reliabilitas menggunakan metode perhitungan *Cronbach Alpha*. Parameter untuk sebuah riset dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih dari $\geq 0,7$ pada masing-masing variabel.

Tabel 4.9 Hasil Uji Relibilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Hasil
Extrinsic Motivation (EM)	0,908	Handal
Intrinsic Motivation (IM)	0,926	Handal
Information Sharing Intentions (ISI)	0,921	Handal

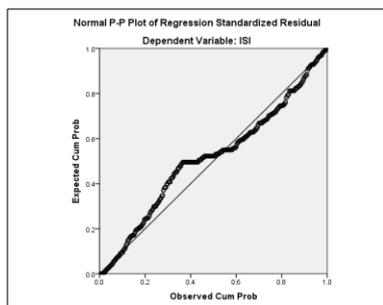
Sumber: Data Primer diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.9 menjelaskan nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel *Extrinsic Motivation* berjumlah 0,908, *Intrinsic Motivation* berjumlah 0,926, dan *Information Sharing Intentions* berjumlah 0,921. Hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel-variabel dalam riset ini menjelaskan bawah variabel-variabel tersebut reliabel karena data riset memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari $\geq 0,6$.

4.6 Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Data pada sebuah riset harus terdistribusikan dengan normal. Oleh karna itu, perlu melakukan uji normalitas data agar dapat mengetahui data riset terdistribusi dengan normal atau tidak. Akan dilakukan pengujian terhadap data residual dengan uji PP-Plot SPSS.



Gambar 4.4 PP-Plot Uji Normalitas Residual

Dalam pengujian PP-Plot SPSS Gambar 4.3 dapat menjelaskan bahwa data riset yang dihasilkan menyebar disekitar garis diagonal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data pada riset ini terdistribusi secara normal.

2. Hasil Uji Autokorelasi

Pengujian pada model regresi linear mengenai ada atau tidak nya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ atau pada periode sebelumnya merupakan tujuan dilakukannya uji autokorelasi. Pada riset kali ini penulis menggunakan uji Durbin Watson. Berikut hasil uji autokorelasi:

Tabel 4.10 Hasil Uji Durbin Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.782 ^a	.611	.609	1.36394	2.011

Sumber: Data Primer diolah (2018)

- Predictors: (Constant), IM, EM
- Dependent Variable: ISI

Berdasarkan **tabel 4.10** diketahui jumlah nilai Durbin Watson sebesar 2.011, pembandingan menggunakan nilai signifikansi 5%, dengan sampel sebanyak 430(n), dan jumlah variabel independen 2 ($k=2$), maka di tabel Durbin Watson akan didapat nilai du sebesar 1,78. Karena nilai DW 2,010 lebih besar dari batas atas

(du) 1,78 dan kurang dari 4 - 1.78 (2.22), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

3. Hasil Uji Multikolinieritas

Supaya mengetahui apakah didalam model regresi riset ini ditemukan ada atau tidanya korelasi antara variabel bebas maka perlu dilakukan uji multikolinieritas. Indikator yang digunakan didalam riset ini untuk mengetahui ada atau tidak adanya multikolinieritas diantara sesama variabel bebas yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*.

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Extrinsic Motivation	0,331	3,02	Tidak terjadi multikolinieritas
Intrinsic Motivation	0,331	3,02	Tidak terjadi multikolinieritas

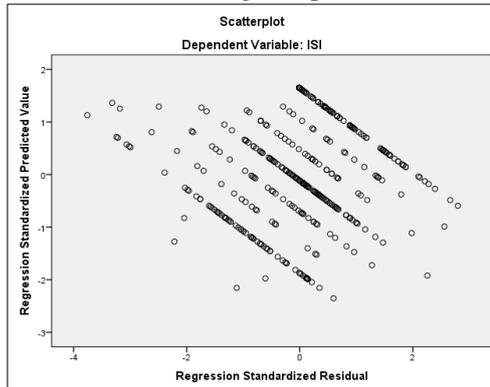
Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Sesuai hasil uji yang tertera pada Tabel 4.11 multikolinieritas menunjukkan hasil pengujian multikolinieritas nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* besar dari 0,10 (Mayasari et al., 2018). Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi persoalan multikolinieritas antara sesama variabel independen yaitu *Extrinsic Motivation* dan *Intrinsic Motivation*.

4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel pada sebuah riset harus berbeda, untuk mengetahui ketidak samaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain pada model regresi merupakan tujuan dilakukannya uji heteroskedastisitas. Agar dapat mengetahui terjadi heteroskedastisitas atau tidak adalah dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi yaitu jika tidak ada pola yang

jas, serta titik-titik menyebar di bagian atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.



Gambar 4.5 Grafik *Scatterplots* Uji Heteroskedastisitas

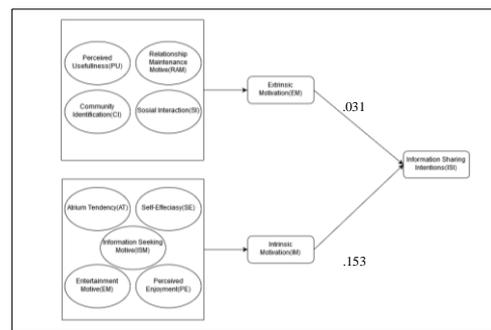
Sesuai dengan Gambar 4.5 dapat dilihat titik-titik yang menyebar secara acak serta merata baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola khusus. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model riset, sehingga model riset pantas dipakai untuk memprediksi *Information Sharing Intentions* berdasarkan variabel independen *Intrinsic Motivation* dan *Extrinsic Motivation*.

4.7 Hasil Uji Hipotesis

Berikut hasil uji hipotesis yang peneliti simpulkan adalah sebagai berikut:

1. **H1_a tidak diterima dan H1₀ diterima:** *Extrinsic Motivation* (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Information Sharing Intentions* (Y).
2. **H2_a diterima dan H2₀ tidak diterima:** *Intrinsic Motivation* (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap *Information Sharing Intentions* (Y).

4.8 Hasil Analisis Regresi



Gambar 4.6 Model Hasil Regresi

Berdasarkan hasil akhir pengujian yang ditampilkan pada Tabel 4.12 dan Gambar 4.5, sehingga dapat dibentuk persamaan regresi berganda sebagai berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = (-0,450) + 0,031*X_1 + 0,153*X_2$$

Dari persamaan regresi yang dihasilkan dapat diketahui besarnya pengaruh *Extrinsic Motivation* dan *Intrinsic Motivation*. Pengaruh yang positif menunjukkan adanya hubungan searah. Yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Extrinsic Motivation* terhadap *Information Sharing Intentions*
Hasil riset ini menunjukkan bahwa *Extrinsic Motivation (EM)* memiliki pengaruh terhadap *Information Sharing Intentions* sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berbagi informasi melalui media sosial.

Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,031 yang memiliki arti jika *Extrinsic Motivation* mengalami kenaikan 1 satuan maka *Information Sharing Intentions* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,031 atau 3,1%. Artinya, motivasi yang berasal dari luar berpengaruh sebesar 3,1% pada diri seseorang individu dalam kemauannya untuk berbagi informasi melalui media sosial yang dimilikinya.

2. Pengaruh *Intrinsic Motivation* terhadap *Information Sharing Intentions*

Hasil dari riset ini menunjukkan bahwa *Intrinsic Motivation* (IM) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *Information Sharing Intentions* yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk menggunakan media sosial sebagai media untuk saling berbagi informasi.

Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,153 yang artinya jika *Intrinsic Motivation* mengalami kenaikan 1 kali maka *Information Sharing Intentions* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,153 atau 15,3%. Artinya, motivasi yang berasal dari dalam diri seseorang berpengaruh sebesar 15,3% pada seorang individu untuk saling berbagi informasi melalui media sosial yang dimilikinya. Sehingga dapat diketahui bahwa *Intrinsic Motivation* (IM) merupakan faktor yang paling signifikan berpengaruh dalam diri seseorang untuk berbagi informasi.

Apabila ditelaah lebih jauh, peneliti melakukan pengujian regresi terhadap semua dimensi pada *Intrinsic Motivation* (IM) yaitu *Perceived Enjoyment* (PE), *Atrium Tendency* (AT), *Self-efficasy* (SE), *Information Seeking Motive* (ISM), *Entertainment Motive* (EM) untuk mengetahui dimensi mana yang paling berpengaruh. Berdasarkan Tabel 4.15 Hasil pengujian menunjukkan bahwa dimensi yang paling berpengaruh dalam penyebaran informasi pendidikan di Universitas Internasional Batam adalah *Information Seeking Motive* (ISM) dan *Entertainment Motive* (EM).

Tabel 4.15 Hasil Uji t Dimensi *Intrinsic Motivation*

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B			
Konstanta	-0,86		-,176	0,860
Perceived Enjoyment(PE)	0,452		3,379	0,001
Atrium Tendency(AT)	0,535		4,242	0,000
Self-efficasy(SE)	0,382		2,814	0,005
Information Seeking Motive(ISM)	0,884		6,694	0,000
Entertainment Motive(EM)	0,760		5,665	0,000

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

4.9 Implikasi

Berdasarkan uraian diatas maka seharusnya UIB melakukan upaya pendekatan terhadap mahasiswa melalui prodinya masing-masing. Prodi merupakan bagian terdekat dengan mahasiswa yang mana prodi dapat membantu untuk menginformasikan kepada mahasiswanya dan dengan demikian mahasiswa yang menerima informasi pendidikan tersebut akan menginformasikan kepada teman-teman sekitarnya.

Selain itu, pendekatan melalui BPKA (Biro Pengembangan Kemahasiswaan dan Alumni) yang mewadahi seluruh organisasi kemahasiswaan yaitu Himpunan Mahasiswa Program Sarjana dan Unit Kegiatan Mahasiswa. Pengurus diorganisasi tersebut adalah mahasiswa berbagai jurusan dengan demikian penyebaran informasi melalui media sosial terhadap mahasiswa lebih meningkat dan tersebar kepada mahasiswa UIB.

Dimensi yang paling berpengaruh dari *Intrinsic Motivation* adalah *Information Seeking Motive* (ISM). Oleh karena itu, perlu dilakukan peningkatan *Information Seeking Motive* (ISM) pada seorang mahasiswa melalui pendekatan-pendekatan yang telah penulis jabarkan diatas agar penyebaran informasi pendidikan lebih merata di Universitas Internasional Batam.

Dimensi yang tidak kalah berpengaruh adalah *Entertainment Motive* (EM) dimana motive mahasiswa untuk mengakses informasi juga dipengaruhi oleh rasa ketertarikan terhadap informasi itu sendiri. Media informasi yang selama ini digunakan oleh UIB mungkin kurang menarik bagi mahasiswa sehingga mahasiswa kurang tertarik untuk mencari informasi secara mandiri. Untuk itu perlu menggunakan media-media atau pendekatan yang lebih menarik sehingga rasa untuk membagikan informasi semakin tinggi bagi mahasiswa UIB.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan hasil riset yang telah dijabarkan sebelumnya dan hasil dari pengolahan data kuesioner sebanyak 430 responden yang mewakili mahasiswa Universitas Internasional Batam yang sering menggunakan media sosial sebagai media penyebaran dan berbagi informasi pendidikan di Universitas Internasional Batam, peneliti membuktikan bahwa :

1. Jumlah responden dalam riset ini yaitu 430 orang mahasiswa yang memiliki karakteristik yaitu tingkatan semester, jenis kelamin, dan jurusan yang ada di Universitas Internasional Batam
2. Model yang digunakan pada riset ini yaitu penggabungan dua model hasil riset dari Shang, Wu, dan Li tahun 2017 dan Hur, Kim, Karatepe, dan Lee tahun 2017. Secara keseluruhan model regresi yang diteliti mampu menjelaskan sebesar 335,383 variabel *Information Sharing Intentions* dalam penggunaan media sosial sebagai media penyebaran informasi pendidikan di Universitas Internasional Batam.
3. Hasil Uji F memperlihatkan hasil 0,000 tingkat signifikasi variabel *extrinsic motivation* dan *intrinsic motivation* secara simultan, yang artinya kedua variabel tersebut mempengaruhi variabel *Information Sharing Intention* secara signifikan.
4. Hasil Uji t menyatakan bahwa *Intrinsic Motivation* (IM) yang paling berpengaruh signifikan sebesar 0,153 yang berarti variabel *Intrinsic Motivation* berimpak secara signifikan terhadap variabel *Information sharing intentions* dalam penyebaran informasi pendidikan di Universitas Internasional Batam.
5. Dimensi *Information Seeking Motive* dan *Entertainment Motive* merupakan dimensi yang paling

berpengaruh terhadap variabel *Intrinsic Motivation*.

6. *Extrinsic Motivation* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Information Sharing Intentions* dalam menggunakan media sosial sebagai media penyebaran informasi pendidikan di Universitas Internasional Batam.
7. *Intrinsic Motivation* berpengaruh signifikan terhadap *Information Sharing Intentions* dalam menggunakan media sosial sebagai media penyebaran informasi pendidikan di Universitas Internasional Batam dimana setiap terjadi peningkatan *Intrinsic Motivation* sebesar 1, akan meningkatkan *Information Sharing Intentions* sebesar 0,153
8. Implikasi dari riset ini adalah melalui pendekatan kepada program studi dan organisasi mahasiswa merupakan cara yang paling efektif untuk meningkatkan ketertarikan mahasiswa dalam berbagi ataupun mencari informasi pendidikan melalui media sosial.

5.2 Saran

Sesuai dengan hasil riset, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh dalam riset ini, maka saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi riset selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan riset ini dengan meneliti faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi seseorang untuk berbagi informasi pendidikan melalui media sosial.
2. Jumlah Populasi yang dijadikan sebagai sampel dalam riset ini dapat diperbanyak dan diperluas lagi.

3. Varian responden dalam riset ini dapat diperluas untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal lagi.

5.3 Rekomendasi

1. Universitas Internasional Batam dapat membuat sebuah pusat informasi seperti *Apps* atau *website* informasi bagi mahasiswa UIB yang didalamnya berisi semua informasi pendidikan yang akan disebarluaskan kepada mahasiswa. Sehingga, *Apps* atau *website* yang dibuat tersebut dapat diakses dengan mudah melalui *smarthphone* yang dimiliki oleh mahasiswa.
2. Universitas Internasional Batam juga dapat mengganti informasi yang berbasis teks kedalam bentuk desain gambar yang menarik dan bisa dibagikan ke media sosial mahasiswa sehingga lebih menarik untuk dilihat dan mudah dipahami oleh mahasiswa. Seperti poster, *flyer*, katalog.

Daftar Pustaka

- [1] Anggreini, N. M., Nasir, B. M. S., & Noor, I. L. S. S. M. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Twitter di Kalangan Pelajar SMK Negeri 5 Samarinda. *Sosiologi*, 4(2), 239–251.
- [2] Batubara, H. H. (2016). Penggunaan Google Form Sebagai Alat Penilaian Kinerja Dosen Di Prodi PGMI UNISKA Muhammad Aryad AL-Banjari. *Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, 8(1), 39–50.
- [3] Bayquni, S. Y., Kurniasih, N., & Anwar, R. K. (2015). Pertukaran Informasi Oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu Jurnalistik Melalui Media Kompasiana. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 3(1), 71–80.
- [4] Denziana, I., & Fatah, F. (2014a). Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economic Factors Against Stock Return. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 17–40.
- [5] Eviawan, A., Kurniawan, F., & Agustian, A. (2018). Kinerja Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (Disperindag) Dalam Video Informasi Untuk Memberdayakan Industri Kecil dan Menengah Di Kabupaten Tangerang. *Cices Journal*, 4(1), 1–14.
- [6] Fitria K.F, U., Rahma, N., & Slamet, A. R. (2017). Pengaruh Marketing Online Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Baju Koko Nizar Di Bangil (Studi Kasus Keputusan Pembelian Baju Koko Nizar Di Bangil). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 6(04), 66–77.
- [7] Halim, A., & Hasan, S. (2017). Sistem Informasi Pengelolaan Uang Komite Menggunakan Borland Delphi 7 Pada SMA Negeri 5 Kota Ternate. *IJIS-Indonesia Journal on Information System*, 2(1), 69–76.
- [8] Handayani, T., & Sudiana. (2017). Analisis penerapan model utaut (unified theory of acceptance and use of technology) terhadap perilaku pengguna sistem informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik pada STTNAS Yogyakarta). *Prosiding Seminar Nasional ReTII*, 2, 165–180.
- [9] Helys, M. R., & Handayani, S. W. . (2016). Efektifitas Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Surakarta. *Smooting*, 14(3), 19–24.
- [10] Henry, K., Adiwijaya, M., & Subagio, H. (2017). Pengaruh Perceived Risk terhadap Purchase Intention dengan Mediasi Perceived Value dan Customer Attitude pada Pelanggan Online Shopping melalui Media Sosial Facebook di Surabaya. *Petra Business and Management Review*, 3(2), 43–55.
- [11] Hur, K., Kim, T. T., Karatepe, O. M., & Lee, G. (2017). An exploration of the factors influencing social media continuance usage and information sharing intentions among Korean travellers. *Tourism Management*, 63, 170–178.
- [12] Irianto, B. R., Yusanto, F., & Putri, B. P. S. (2015). Pengaruh Penggunaan Instant Messaging Line Terhadap Efektifitas Komunikasi Di Kalangan

- Mahasiswa (analisis Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2011 Dan 2014 Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom). *EProceedings of Management*, 2(3), 4216–4222.
- [13] Mayasari, A., Andini, R., Pranaditya, A., & Oemar, A. (2018). Pengaruh Perputaran Piutang, Arus Kas, Perputaran Persediaan Terhadap Likuiditas Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Accounting*, 4(4), 1–11.
- [14] Melati, L., & Sulistyawati, A. I. (2016). Audit Delay Pada Perusahaan Pertambangan: Analisis dan Faktor-Faktor Penentunya. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 37–56.
- [15] Nasrullah, R. (2017). Blogger dan Digital Word Of Mouth: Getok Tular Digital Ala Blogger dalam Komunikasi Pemasaran di Media Sosial. *Jurnal Sosioteknologi*, 16(1), 1–16.
- [16] Novitaningrum, F., & Ambongningtyas, D. (2017). Analysis of Good Corporate Governance Principles (Institutional Ownership, Managerial Ownership, Independent Commissioners, And Audit Committee) To Disclosure Sustainability Report Through Roa As Moderating Variables (Study on Manufacturing Companies of V. *Jurnal of Management*, 3(3).
- [17] Nugraha, A., Sudarajat, R. H., & Putri, B. P. satria. (2015). Fenomena Meme Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram). *Jurnal Sosioteknologi*, 14(3), 237–245.
- [18] Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70.
- [19] Ramadhan, A., Ningrum, I. P., & Yamin, M. (2016). Siaset Fakultas Teknik Universitas Halu Oleo Dengan Menggunakan Sistem Penunjang Keputusan Metode Weighted Product Dan Sistem Informasi Geografis Berbasis Web. *SemanTIK*, 2(2), 65–74.
- [20] Rasyis, H. Al, & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49.
- [21] Rianingtias, H., Sobri, A. Y., & Nurabadi, A. (2017). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Capaian Pembelajaran Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(1), 23–42.
- [22] Shang, S. S. C., Wu, Y. L., & Li, E. Y. (2017). Field effects of social media platforms on information-sharing continuance: Do reach and richness matter? *Information and Management*, 54(2), 241–255.
- [23] Sujana, A., & Mukarromah, H. Z. (2017). Analisis Efektivitas dan Efisiensi Web Eschool Menggunakan SPSS Sebagai Analysis Tool. *Jurnal Online Sekolah Tinggi Teknologi Mandala*, 12(1), 49–60.
- [24] Widayanti, Y., & Santoso, S. (2018). Efektifitas Media Sosial Terhadap Peran Perpustakaan Sebagai Penyebaran Informasi dan Komunikasi Bagi Pemustaka (Studi di Perpustakaan STAIN Kudus). *Jurnal Perpustakaan*, 5(1), 111–132.