

**PENGARUH KOMUNITAS VIRTUAL TERHADAP
MINAT BELAJAR VIDEOGRAFI**

(Survey pada Anggota Grup Facebook DCI Regional Jogja)



UIN

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Muhammad Ihsyanudin

13730088

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2019



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini,

Nama : Muhammad Ihsyanudin

NIM : 13730088

Prodi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya /penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 24 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



Muhammad Ihsyanudin

NIM. 13730088



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
UIN.02/KP 073/PP. 09/024/2014

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum. Wr.Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : **Muhammad Ihsyanudin**
Nim : 13730088
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**PENGARUH KOMUNITAS VIRTUAL TERHADAP MINAT BELAJAR
VIDEOGRAFI (Survey pada Anggota Grup Facebook DCI Regional Jogja)**

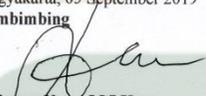
Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum. Wr.Wb

Yogyakarta, 05 September 2019
Pembimbing


Lukman Nusa, M.I.Kom
NIP 149861221 201503 1 005



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-438/Un.02/DSH/PP.00.9/09/2019

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH KOMUNITAS VIRTUAL TERHADAP MINAT BELAJAR VIDEOGRAFI (Survey pada Anggota Grup Facebook DCI Regional Jogja)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD IHSYANUDIN
Nomor Induk Mahasiswa : 13730088
Telah diujikan pada : Kamis, 19 September 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Lukman Nusa, M.I.Kom.
NIP. 19861221 201503 1 005

Penguji I

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si
NIP. 19800326 200801 2 010

Penguji II

Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
NIP. 19721026 201101 1 001

Yogyakarta, 19 September 2019
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dekan



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

Maka sudahilah sedihmu yang belum sudah,
Segera mulailah syukurmu yang pasti indah,
Berbahagialah
(Farid Stevy Asta)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Almamater tercinta

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamiin, puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Sholawat serta salam tak lupa peneliti haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri teladan bagi umat manusia menuju jalan yang diridhloi dan penuh keberkahan.

Selama proses pengerjaan skripsi ini, peneliti dibantu oleh berbagai pihak, untuk itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi (Kaprodi) Ilmu Komunikasi sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
3. Lukman Nusa, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberi masukan, saran dan waktunya untuk skripsi ini.
4. Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji 1 dan Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn selaku dosen penguji 2 yang telah menguji dan memberikan masukan

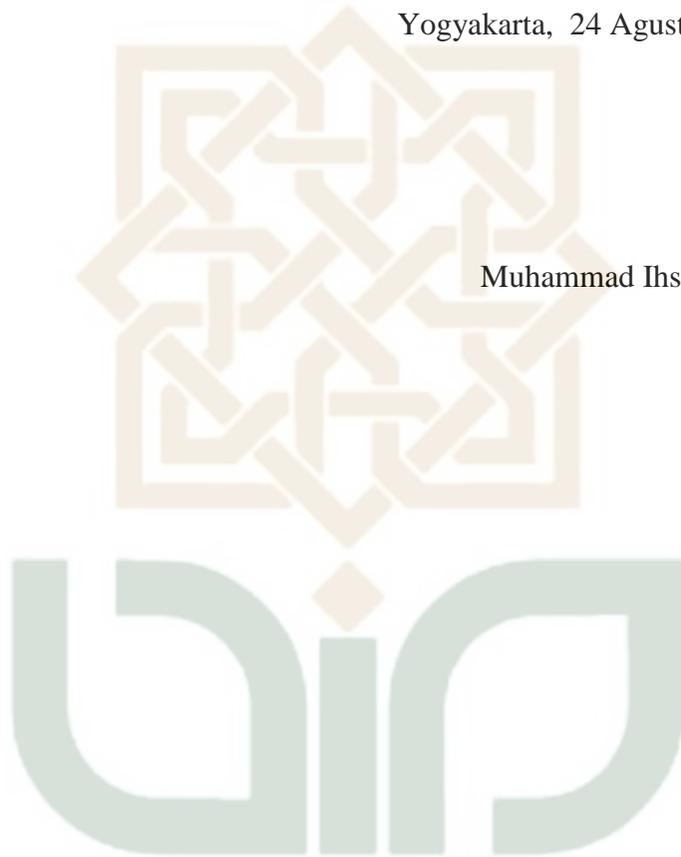
5. Dosen-dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang semoga selalu melahirkan Mahasiswa yang Kreatif dan Profesional
6. Staff Tata Usaha (TU) Fishum, Ibu Nur Fadhilah, Nadia dan bapak ibu lainnya, yang telah membantu mengurus administrasi
7. Anggota komunitas DCI Jogja, khususnya Om Benny kadarhariarto, om maman, dan anggota lain yang telah bersedia membantu mengisi kuisioner dan memberi semangat.
8. Kedua orangtua tercinta, Bapak Jiman dan Ibu Partini yang telah membesarkan saya, mendukung saya dan selalu mendoa kan saya dalam setiap sujudnya.
9. Kakak, Adik, Kakak ipar, dan Teman dekat yang selalu memberi semangat. Mas Eko, Dek Fina, Mbak Rosi, Kayla, dan Erwin.
10. Teman-teman kontrakan Jahanam yang sudah memberi kasih sayang tulus dan kebahagiaan fana.
11. Seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2013, khususnya teman-teman Komcil, yang saling berbagi cerita dan pengalaman bersama peneliti selama peneliti menempuh pendidikan di UIN Sunan Kalijaga.

12. Pihak lain yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu yang telah berjasa dalam menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi. Dengan segala kerendahan hati, peneliti menerima kritik dan saran demi perbaikan dalam skripsi ini.

Yogyakarta, 24 Agustus 2019

Muhammad Ihsyanudin



DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat	6
E. Telaah Pustaka	6
F. Landasan Teori	11
G. Konsep Pemikiran	26
H. Hipotesis Penelitian	27
I. Metodologi Penelitian	27
BAB II GAMBARAN UMUM	
A. Digital Cinematography Indonesia (DCI)	40

B. Motto Digital Cinematography Indonesia (DCI)	42
C. Logo Digital Cinematography Indonesia (DCI)	43
D. Struktur Organisasi Digital Cinematography Indonesia (DCI) ...	44
E. Perkembangan Digital Cinematography Indonesia (DCI)	44

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

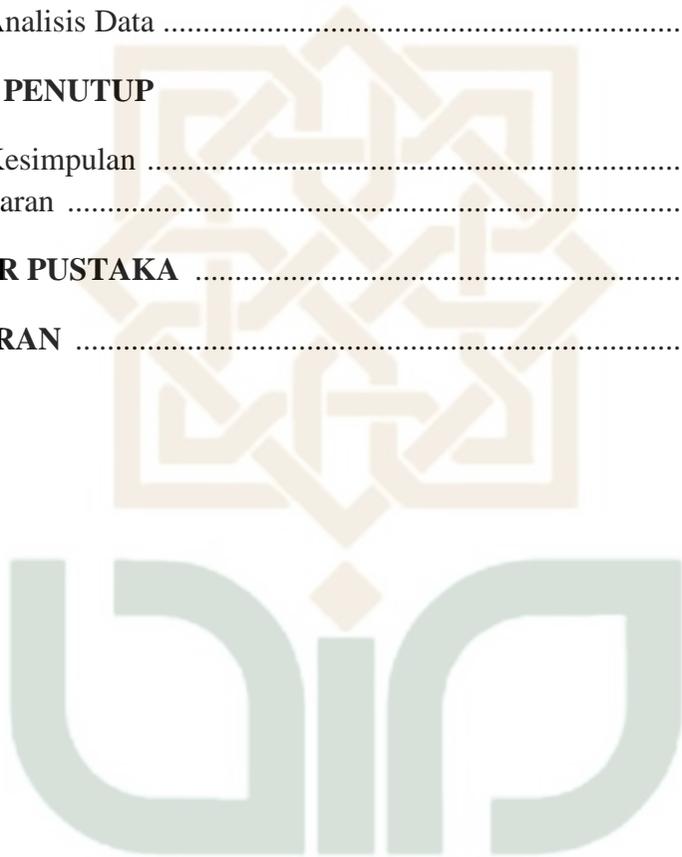
A. Deskripsi Data	45
B. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	46
C. Hasil Penelitian	48
D. Analisis Data	74

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA	84
-----------------------------	----

LAMPIRAN	
-----------------------	--



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Video mendominasi penggunaan data.....	1
Gambar 2. Platform Facebook DCI	3
Gambar 3. Member DCI berdiskusi melalui paltform Grup Facebook DCI.....	4
Gambar 4. Peringkat tertinggi negara dan kota di Dunia pengakses facebook... ..	20
Gambar 5. Logo Digital Cinematography Indonesia (DCI)	43



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matrik Tinjauan Pustaka	10
Tabel 2. Indikator Grup.....	29
Tabel 3. Indikator Minat Belajar	31
Tabel 4. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 5. Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 7. Memiliki Banyak Teman Setelah Bergabung di Grup.....	49
Tabel 8. Mendapat Banyak Informasi Setelah Bergabung di Grup	50
Tabel 9. Biasa Bertransaksi Setelah Bergabung di Grup	50
Tabel 10. Pernah Mengirim dan Mendapat Pesan Pribadi di Grup.....	51
Tabel 11. Pernah Mendapat Pesan Pribadi dan Membahas Sesuatu yang Lebih Detail dan Mendalam Mengenai Hal yang Berkaitan Dengan Grup yang Diikuti	52
Tabel 12. Mengirim dan Mendapat Pesan Pribadi Tentang Pekerjaan yang Berhubungan dengan Grup yang diikuti	53
Tabel 13. Mengirim dan Mendapat Pesan Pribadi Mengenai Teknis Detail.....	54
Tabel 14. Pembahasan di Grup Membuat Senang	55
Tabel 15. Bergabung Karena Konten dan Isi Grup yang Menarik.....	55
Tabel 16. Konten yang Ada Sesuai dengan Kebutuhan Anggota	56
Tabel 17. Pengelola Grup Membuat Anggota Nyaman untuk Bergabung	57
Tabel 18. Merasa Dekat dengan Grup Tersebut.....	58
Tabel 19. Merasa Memiliki Dengan Grup Tersebut	58

Tabel 20. Sepakat dan Mematuhi Peraturan yang Ada di Grup.....	59
Tabel 21. Peraturan di Grup Tidak Memberatkan Saya.....	60
Tabel 22. Tertarik Dengan Sesuatu Setelah Bergabung di Grup	61
Tabel 23. Anggota Lainnya Membuat Tertarik.....	61
Tabel 24. Karya yang Bagus Membuat Tertarik untuk Belajar Lebih	62
Tabel 25. Pembahasan yang Ada di Grup Mengenai Sesuatu Hal Membuat Saya Semakin Tertarik	63
Tabel 26. Tertarik Membeli Sesuatu Setelah Mendapat Penjelasan Mengenai Hal Tersebut di Grup	64
Tabel 27. Merasa Senang saat Menemukan Grup yang Sesuai Minat ..	65
Tabel 28. Merasa Nyaman saat Berada di Grup Tersebut.....	65
Tabel 29. Grup Tersebut Membuat Saya Semakin Senang dengan Hal yang Saya Minati	66
Tabel 30. Merasa Senang Apabila Melihat Karya-karya Anggota Lain .	67
Tabel 31. Merasa Senang Apabila Banyak Orang Memberi Kritik dan Saran Terhadap Suatu Karya	68
Tabel 32. Para Anggota Membuat Saya Merasa Senang	68
Tabel 33. Ingin Membuat Karya Setelah Bergabung di Grup.....	69
Tabel 34. Mengikuti Kegiatan dan Event yang diadakan di Grup.....	70
Tabel 35. Terlibat Lebih Dalam dengan Bergabung di Grup Whatsapp, Supaya Lebih Akrab dan Mengenal Anggota Lain	71
Tabel 36. Mengupload Karya Setelah Bergabung di Grup	72
Tabel 37. Memberi Reaksi, Kritik, Saran dan Pujian Saat Ada Anggota yang Mengupload Karya	72

Tabel 38. Terkadang Saya Ikut Agenda atau Sharing dengan Anggota yang lain di Sebuah Tempat	73
Tabel 39. Correlation	74
Tabel 40. Summary	75
Tabel 41. Anova	76
Tabel 42. Coefficients	77



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Konsep Pemikiran	26
Bagan 2. Arah Struktur Organisasi Komunitas DCI.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisoner

Lampiran 2. Hasil Penelitian

Lampiran 3. Dokumentasi Foto



ABSTRACT

In this era, learning is not only through formal education at school but learning can be anywhere, anytime and with anyone. Even today social media can be a new media to support learning process. There are many new media has given positive impacts on life, one of which is in increasing interest in learning. Like the virtual community on the DCI facebook group that influences learning interest in the world of videography. On the Facebook group page, members are free to give criticism, suggestions, upload work or even create various events to improve their expertise in videography.

This research is a quantitative study with linear regression method to see the effect and correlation test between the two existing variables, namely the use of virtual communities and videography learning interests. The respondents of this study were 70 members of the DCI Facebook group in the region of Yogyakarta. The result of the study showed there is a correlation between virtual communities with interest in learning videography. It means there is a significant influence between virtual communities on interest in learning videography. It can be seen from the results of the simple linear regression test which is indicated by the value of $\text{sig}.0.00 < 0.05$.

Keywords: New Media, Virtual Communities, Facebook, Interest in Learning, Videography

BAB I

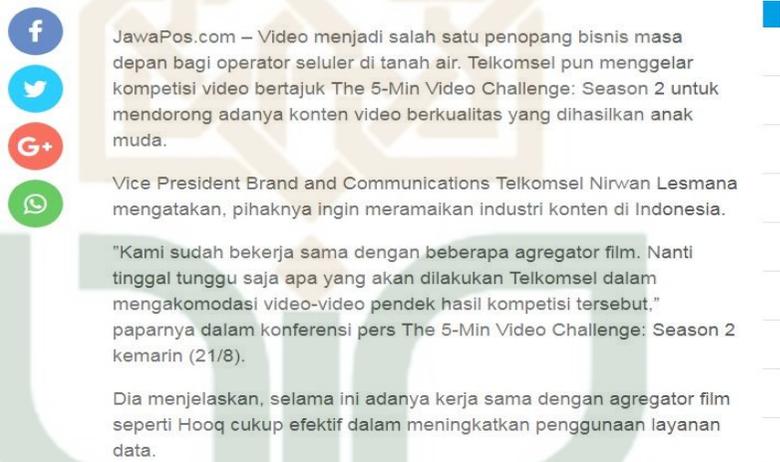
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi berpengaruh terhadap perkembangan sektor video, film, dan fotografi. Begitu pula yang terjadi dengan teknologi video, yang awalnya menggunakan konsep analog dan kemudian berubah menjadi digital. Kemajuan tersebut turut mengubah pemahaman video itu sendiri. Lebih jauh lagi, jika dahulu hanya dipahami sebagai media alat rekam, kini makna video sudah meluas karena fungsinya memiliki dampak lebih terhadap ekonomi, sosial, dan budaya.

Gambar 1

Video mendominasi penggunaan data



Sumber : <https://www.jawapos.com/teknologi/22/08/2017/video-dominasi-penggunaan-data> diakses 09/09/2018 : 18.50

Gambar di atas dapat menjelaskan bahwa videografi menjadi salah satu penopang bisnis dan hal ini mendorong salah satu brand operator seluler di Indonesia mengadakan kompetisi video pendek 5 menit. Hal ini untuk mendorong adanya konten

video yang lebih baik dan berkualitas yang dihasilkan anak muda.

Industri kreatif pada era digital ini membuat videografi menjadi salah satu hal yang sangat wajar kita jumpai. Dalam bidangnya, videografi terus saja mengalami perkembangan. Mulai dari segi teknologi sampai *editing* sudah semakin menunjukkan peningkatan. Terutama di Indonesia, video banyak digunakan sebagai media baru untuk menyampaikan suatu pesan. Apalagi, hadirnya banyak media sebagai sarana penyiaran yang menjanjikan keuntungan. Hal ini tentu membuat mereka harus menghasilkan video yang berkualitas, namun tak bisa dipungkiri, kualitas videografer merupakan hal terpenting dalam pembuatan sebuah video.

Hal ini menjadi alasan lahirnya banyak videografer baru yang akan maupun sudah mendalami dunia videografi, salah satu upaya mereka adalah ikut bergabung dalam bermacam komunitas videografi, salah satunya adalah *Digital Cinematography Indonesia* (DCI). DCI adalah komunitas videografi terbesar di Indonesia yang lahir sejak 2010 berawal dari *thread* Audy Erel yang berisi galeri video buaatannya hasil dari kamera *entry level 550D*. *Thread* ini diminati banyak orang dengan hobi yang sama dan mengundang keingintahuan mengenai bagaimana sebuah kamera foto *DSLR* yang biasa digunakan dalam kebutuhan fotografi dapat menghasilkan video berkualitas HD dengan efek *movie look*. Dengan semakin bertambahnya peminat, mereka berinisiatif membuat *group page* di Facebook dengan nama “*Canon 550D Indonesia*”,

dengan proses yang begitu panjang komunitas ini sekarang dikenal dengan DCI (*Digital Cinematography Indonesia*).

Gambar 2

Platform facebook DCI



Sumber :

<https://www.facebook.com/groups/dslrcinematography/files/>

diakses 19/08/18 : 12.49

DCI merupakan sebuah *virtual community* (komunitas virtual) yang memanfaatkan *platform Facebook* sebagai media utama dan menggunakan banyak fitur dari *Facebook* untuk berbagai kepentingan yang bertujuan untuk berbagi ilmu, pengalaman dan tentu saja lapangan pekerjaan seputar dunia *HDSLR*, *Perfilman*, *Advertising* dan *Production House*. mengusung *tagline* “*Keep sharing, keep learning and keep growing*”, harapannya setiap anggota dalam komunitas ini selalu bisa berbagi ilmu dan berbagi pengalaman seputar videografi kepada semua anggota.

DCI menjadi komunitas videografi dengan jumlah anggota terbanyak di Indonesia dengan anggota mencapai

114.062 pada 10 September 2019. Dari jumlah anggota sebanyak itu DCI mampu melahirkan beberapa videografer berkualitas dengan banyak prestasi yang sudah diraih, seperti menjadi pemenang festival iklan atau film pendek diluar maupun dalam negeri seperti iklan Bukalapak, ikut serta dalam pembuatan film layar lebar film “Yowis Ben”, menjadi *endorser* dari *brand* kamera ternama Pananasonic, Sony, Sigma, dan masih banyak lainnya .

Gambar 3
*Member DCI berdiskusi melalui paltform Grup
Facebook DCI*



Sumber :

<https://web.facebook.com/groups/dslrcinemaid/?ref=search>

diakses 08/10/18 : 19.32

Gambar tersebut memperlihatkan aktivitas di laman facebook DCI saat salah satu anggota meminta kritik dan saran tentang karyanya. Dari postingan tersebut beberapa anggota DCI memberikan respon dalam bentuk *like* dan komentar yang

berupa masukan, kritik serta apresiasi terhadap karyanya. Hal ini menunjukkan keaktifan berdiskusi anggota DCI.

Belajar saat ini bukan hanya melalui pendidikan formal di sekolah tetapi belajar bisa dimana saja, kapan saja dan dengan siapa saja, bahkan saat ini media sosial pun juga bisa menjadi ladang ilmu dan media pembelajaran. Seperti saat kita masuk dan menjadi member DCI dengan tujuan ingin belajar dan mencari ilmu, dalam islam sendiri pun sudah dijelaskan seperti dalam Hadist Ibnu Majah :

طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ (رواه ابن ماجه)

Artinya: Menuntut ilmu itu (merupakan) kewajiban atas seluruh umat Islam (*H. R. Ibnu Majah*)

Hadist tersebut menjelaskan bahwa menuntut dan mencari ilmu adalah sebuah kewajiban bagi setiap muslim, dengan menuntut dan mencari ilmu umat muslim dapat mengemban tugasnya sebagai khalifah di atas muka bumi, yaitu dengan membangun peradaban manusia yang mulia. Begitu pula jika kita belajar videografi, dengan adanya komunitas DCI diharapkan nantinya kita akan mendapat ilmu dan mampu membuat sebuah karya video yang semakin baik dan mampu memberi dampak positif di era modern seperti saat ini.

Dari latar belakang yang telah peneliti paparkan, peneliti tertarik untuk meneliti “Seberapa besar pengaruh komunitas virtual terhadap minat belajar videografi pada anggota grup facebook DCI ?”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang peneliti paparkan di atas, peneliti menarik rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu “Apakah terdapat pengaruh dari komunitas virtual terhadap minat belajar videografi pada anggota grup facebook DCI?”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh dari komunitas virtual terhadap minat belajar videografi pada grup facebook DCI regional Jogja.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap perkembangan komunikasi di media sosial yang dapat menjadi media pembelajaran dan sebagai rujukan bagi penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang seberapa besar pengaruh grup facebook terhadap minat belajar Videografi bagi komunitas DCI Jogja dan masyarakat.

E. Telaah Pustaka

Berdasarkan penelusuran peneliti, terdapat beberapa penelitian serupa terdahulu yang memiliki perbedaan dan kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Berikut merupakan beberapa penelitian yang dijadikan peneliti sebagai rujukan.

Pertama *E-journal JOM FISIP* vol.3 No.2 Oktober 2016 milik Muhammad Hanafi “**Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa FISIP Universitas Riau**”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh facebook terhadap motivasi belajar mahasiswa FISIP Universitas Riau. Persamaan penelitian Muhammad Hanafi dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan objek penelitian facebook.

Sedangkan perbedaan penelitian Muhammad Hanafi dengan peneliti yaitu mengenai pembahasan penelitian, jika Muhammad Hanafi tentang motivasi belajar sedangkan peneliti mengenai minat belajar. Penelitian ini menemukan bahwa media sosial facebook mempengaruhi motivasi belajar mahasiswa FISIP Universitas Riau terbukti dari jawaban responden rata-rata sebesar 3,54 termasuk kategori setuju.

Penelitian kedua yaitu *E-journal FISIP. ISSN. 2442-6962. Vol.4 No. 1 tahun 2015* milik Molaga, Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Tribhuwana Tungadewi, pada tahun 2013 yang berjudul, “**Presepsi Mahasiswa terhadap Efektifitas Pembelajaran Melalui Grup di Facebook**”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana presepsi mahasiswa terhadap efektifitas pembelajaran melalui Grup di facebook. Penelitian ini memiliki persamaan objek penelitian yaitu mengenai grup facebook.

Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada metode penelitian yaitu peneliti

menggunakan kuantitatif sedangkan Molaga menggunakan metode kualitatif. Perbedaan kedua, peneliti membahas tentang minat belajar sedangkan Molaga mengenai persepsi terhadap efektifitas pembelajaran.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa grup facebook sangat berperan penting sebagai media informasi dan pembelajaran untuk memudahkan mengetahui secara cepat dan jelas dalam proses pembelajaran.

Penelitian ketiga yaitu skripsi milik Ari Kuswanto , Mahasiswa jurusan Pendidikan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, pada tahun 2017 yang berjudul, **“Pemanfaatan Grup Facebook sebagai Media Pembelajaran Pengantar Akuntansi untuk Meningkatkan Keaktifan dan Hasil Belajar kelas X Akuntansi 1 Tahun Ajaran 2016/2017 SMK Muhammadiyah 2 Klaten Utara”**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan grup facebook sebagai media pembelajaran pengantar akuntansi untuk meningkatkan keaktifan dan hasil belajar kelas X akuntansi 1 tahun ajaran 2016/2017 SMK Muhammadiyah 2 Klaten Utara.

Persamaan skripsi peneliti dengan Ari Kuswanto adalah metode penelitian yang digunakan sama-sama kuantitatif dan objek penelitian peneliti dengan Ari Kuswanto sama yaitu mengenai grup facebook. Perbedaan skripsi ini, Ari Kuswanto membahas mengenai meningkatkan keaktifan dan hasil belajar sementara skripsi peneliti mengenai minat belajar.

Penelitian ini menemukan bahwa pemanfaatan grup facebook dapat meningkatkan keaktifan hingga 14,46% dan

dapat meningkatkan hasil belajar hingga 40,04%, yang berarti hipotesis diterima.



Tabel 1
Matrik Tinjauan Pustaka

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Muhammad Hanafi	<i>E-Journal JOM FISIP vol.3 no.2 Oktober 2016</i> <i>Pengaruh Penggunaan Media Sosial Face book terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa FISIP Universitas Riau</i>	1. Peneliti dan Muhammad Hanafi sama-sama menggunakan metode kuantitatif. 2. Objek penelitian peneliti dan Muhammad Hanafi sama yaitu mengenai facebook.	1. Perbedaan pada pembahasan penelitian, jika Muhammad Hanafi mengenai motivasi belajar sedangkan peneliti mengenai minat belajar.	Penelitian ini menemukan bahwa media sosial facebook mempengaruhi motivasi belajar mahasiswa FISIP Universitas Riau terbukti dari jawaban responden rata-rata sebesar 3,54 termasuk kategori setuju
2.	Molaga	<i>E-Journal FISIP. ISSN 2442-6962 vo.4 no.1 tahun 2015</i> <i>Presepsi Mahasiswa terhadap Efektifitas Pembelajaran Melalui Grup di Facebook</i>	1. Objek penelitian peneliti dengan Molaga sama yaitu mengenai facebook.	1. Peneliti menggunakan kuantitatif sedangkan Molaga menggunakan kualitatif. 2. Perbedaan selanjutnya, peneliti membahas pengaruh minat belajar sedangkan Molaga mengenai persepsi terhadap efektifitas pembelajaran.	Penelitian ini menemukan bahwa grup facebook sangat berperan penting sebagai media informasi dan pembelajaran untuk memudahkan mengetahui secara cepat dan jelas dalam proses pembelajaran.

3.	Ari Kisworo	<i>Pemanfaatan Grup Facebook sebagai media pembelajaran Pengantar Akuntansi untuk Meningkatkan Keaktifan dan Hasil Belajar kelas X Akuntansi 1 th ajaran 2016/2017 SMK Muhammadiyah 2 Klaten Utara.</i>	<p>1. Metode yang digunakan sama-sama kuantitatif.</p> <p>2. Objek penelitian peneliti dengan Ari Kisworo sama-sama mengenai grup facebook.</p>	<p>1. Perbedaan penelitian peneliti dengan Ari Kisworo adalah peneliti membahas mengenai meningkatkan keaktifan dan hasil belajar sementara skripsi peneliti mengenai minat belajar.</p>	<p>Penelitian ini menemukan bahwa pemanfaatan grup facebook dapat meningkatkan keaktifan hingga 14,46% dan dapat meningkatkan hasil belajar hingga 40,04%, yang berarti hipotesis diterima.</p>
----	-------------	---	---	--	---

Sumber : Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

1. Teori CMC (*Computer Mediated Communication*)

Menurut Fulk & Collins-Jarvis, 2001 dalam (Liliweri, 234: 2011), teori ini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Pelbagai penelitian telah menunjukkan bahwa CMC bersifat “tidak netral” , karena kehadiran teknologi tidak diwakili oleh efek media yang bersumber dari komputer semata-mata namun kini telah “melebur” ke jenis komunikasi lain. Hal ini karena efek CMC telah menjadi penyebab dari begitu banyak perubahan, misalnya efek yang terjadi dalam komunikasi antarpersonal telah meluas kedampak berikutnya yaitu perubahan pola komunikasi kelompok, terbentuknya jaringan sosial dari suatu komunitas virtual.

Computer Mediated Communication (CMC) adalah istilah yang digunakan untuk melakukan

komunikasi antar dua orang atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui komputer yang berbeda. Computer Mediated Communication adalah proses manusia berkomunikasi dengan menggunakan via komputer, dengan melibatkan seseorang, dalam situasi konteks tertentu, dengan terlibat dalam proses untuk membentuk media sebagai tujuan (Tomic, Alice dkk., 1: 2004).

Perkembangan teknologi internet mengharuskan orang untuk menggunakan komputer sebagai media informasi, Internet dibagi menjadi 3 bagian (Tomic, Alice., 28: 2004):

a. *Cyberspace*

Cyberspace berkaitan erat dengan media berupa jaringan komputer digital dimana komunikasi antar entitas (baik yang berwujud manusia maupun yang bukan manusia) berlangsung. Dalam perkembangannya, istilah —*cyberspace*” kemudian dipahami tidak sekedar sebagai jaringan dalam aspek teknis, tetapi lebih luas membicarakan mengenai interaksi sosial. Bagaimana media komputasi digital merupakan ekstensi dari saluran komunikasi antar actant (meliputi manusia dan system yang saling berinteraksi) yang merupakan simulasi dari dunia nyata dengan kemampuan saling mempengaruhi dengan motif yang beragam seperti informasi, ekonomi, politik, dan sebagainya.

b. *Cybersociety*

Masyarakat multimedia atau *cyber society*, adalah sebuah istilah Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dalam bidang informasi, dimana salah satunya yaitu internet, yang mana telah membuat sebagian masyarakat menjadi tergantung oleh fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh internet. Seluruh aktivitas tersebut memang tidak membutuhkan kontak fisik secara langsung dan tampaknya dilakukan hanya melalui perangkat computer. Akan tetapi sesungguhnya di sini terjadi interaksi antar individu, yaitu antar sesama pengguna ruang publik tersebut dan interaksi tersebut telah menciptakan satu lingkungan masyarakat.

c. *Cyberculture*

Dengan kata lain budaya cyber atau *cyberculture* adalah segala budaya yang telah atau sedang muncul dari penggunaan jaringan komputer untuk komunikasi, hiburan, dan bisnis. *Cyberculture* juga mencakup tentang studi berbagai fenomena sosial yang berkaitan dengan internet dan bentuk-bentuk baru komunikasi jaringan lainnya seperti komunitas online, game *multiplayer online*, jejaring sosial, *texting*, dan segala hal yang berkaitan dengan identitas, privasi, dan pembedaan jaringan budaya yang muncul pada komunitas yang terhubung dengan media

elektronik komputer seperti internet, salah satu ciri *cyberculture* adalah budaya yang terbentuk melalui hubungan sosial yang tidak bersifat geografis, artinya individu-individu dalam *cyberculture* berinteraksi bukan karena keadaan geografis, melainkan karena sebuah hubungan kognitif dengan menggunakan media komputer. seperti budaya pada umumnya, bertujuan membangun identitas dan kredibilitas dalam suatu masyarakat.

2. New Media

Media baru atau sering disebut sebagai “*New Media*” merupakan konsep yang dipahami secara beragam. Pengertian media baru menurut Hermin Indah Wahyuni (2013: 1) merujuk pada media dengan platform baru karena konvergennya karakter media cetak, audio dan visual sekaligus ditandai oleh karakter interaktivitas yang tinggi.

Salah satu bagian *new media* adalah Network Society. Network Society adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal organisasi dari segala segi (Nasrullah, 2015).

a. Media Sosial

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui. Semua definisi tentang media memiliki kecenderungan yang sama yaitu media adalah sebuah sarana disertai teknologinya (Laughey, 2007).

Sedangkan menurut Weber dalam (Nasrullah, 2015: 7) definisi sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial itu sendiri bisa dilihat dalam kategori aksi sosial dan relasi sosial. Tidaklah mudah memahami sosial dalam kaitannya dengan media sosial. Jika digabungkan definisi Media Sosial menurut para ahli dalam (Fuchs, 2014: 33) media sosial bisa dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media.

Sedangkan menurut Mandibergh dalam (Nasrullah, 2015: 8) media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten. Jika menurut Van Dijk dalam (Nasrullah, 2015: 11), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Menurut Nasrullah (2015: 39-47) jenis-jenis media sosial terbagi menjadi enam kategori, yaitu :

- 1) *Social Networking*

Social Networking atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Situs jejaring sosial adalah media sosial yang paling populer. Media sosial tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi terjadi tidak hanya pada pesan teks, tetapi juga

termasuk foto dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain. Semua postingan merupakan *real time* yang memungkinkan semua anggota berbagi informasi.

Contoh *social networking* adalah *facebook*, *instagram*, *linkedIn.com* dll.

2) *Blog*

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan lain sebagainya. Istilah *blog* berasal dari kata "*weblog*" yang merujuk pada jurnal pribadi *online*.

3) *Microblogging*

Tidak terlalu berbeda dengan *blog*, *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasi aktivitas serta atau pendapatnya. Contoh dari *microblogging* adalah *twitter*.

4) *Media Sharing*

Situs berbagi atau *media sharing* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, file, video, audio, gambar dan lain sebagainya. Beberapa contoh media berbagi adalah *YouTube*, *Flickr*, *Photo-bucket* atau *Snapfish*.

5) *Social Bookmarking*

Penanda sosial atau *social networking* merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*. Cara kerjanya seperti lemari katalog di perpustakaan. Beberapa situs *social bookmarking* yang populer seperti *Delicious.com*, *StumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com* dan yang populer di Indonesia ada *LintasMe*.

6) *Wiki*

Wiki merupakan media atau situs web yang secara program memungkinkan para penggunanya berkolaborasi untuk membangun konten secara bersama. Setiap pengguna yang memberikan kontribusi di dalam *wiki* akan bisa melihat bagaimana kronologis atau historis perubahan-perubahan yang terjadi di dalam lema tersebut. Contoh *wiki* paling populer yaitu *Wikipedia*.

2. Komunitas Virtual

Komunitas menurut Kertajaya Hermawan dalam (Kritiadi 2018:4) adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values*.

Di jaman modern seperti sekarang, komunitas bukan hanya di dalam kehidupan nyata tetapi ada pula di kehidupan bermedia sosial, komunitas tersebut sering disebut *virtual*

community (komunitas virtual). Van Dijk dalam Nasrullah (2015: 11) mendeskripsikan bahwa komunitas virtual diasosiasikan dengan sekumpulan individu yang tidak terkait oleh waktu, tempat maupun keadaan fisik atau material. Mereka dikreasikan oleh lingkungan elektronik dan berdasarkan pada komunikasi termediasi.

Komunitas virtual adalah kelompok yang menggunakan kata-kata pada layar untuk bertukar kesenangan, pendapat, saling berbagi sampai dengan saling jatuh cinta dan mendukung secara emosi, mendapat dan kehilangan teman. Dalam hal ini komunitas virtual berupa kebersamaan kepercayaan dan kegiatan yang mempersatukan orang dalam bentuk non fisik, artinya tidak menyertakan fisik. Jadi, terjadi hubungan sosial dalam cyber melalui kontak yang berulang-ulang dalam bahasan topik dan minat yang spesifik (Dian Budiargo, 35 : 2015).

Menurut Jasmadi dalam buku E-Media Solusindo (2013) ada empat karakteristik komunitas virtual, yaitu:

a. Berdasarkan Motif

Komunitas virtual dibagi menjadi 3 yaitu: motif untuk menjalin hubungan antar manusia, motif untuk mendapatkan informasi dan motif untuk mengadakan transaksi.

b. Berdasarkan Kardinalitasnya

Komunitas virtual bisa bersifat interaksi satu ke satu, satu ke banyak dan banyak ke banyak. Kardinalitas menggambarkan siapa yang mengontrol proses

pertukaran informasi. Contoh dari interaksi satu ke satu yaitu pada private chat.

c. Berdasarkan Isinya

Isi dari sebuah komunitas virtual dapat berasal dari individu-individu yang berada didalamnya berupa diskusi-diskusi online dan pembuatan halaman dari individu-individu itu, bisa juga berasal dari penyedia layanan komunitas dan memiliki aturan yang telah disepakati bersama antar anggota lain.

d. Berdasarkan Otonomi

Otonomi yang dimiliki dari sebuah komunitas virtual memiliki arti apakah komunitas virtual itu berdiri sendiri atau dimiliki bersama oleh anggota komunitas dan memiliki aturan yang telah disepakati bersama antar anggota lain.

1) Facebook

Social Networking atau Jejaring Sosial adalah yang paling populer saat ini, salah satunya adalah *Facebook*. Di Indonesia sendiri menempati peringkat ke-4 di dunia dengan pengguna paling aktif. Hal ini diungkap dari laporan riset *We Are Social* dan *Hootsuite* yang dirilis di LinkedIn pada tahun 2017.

Gambar 4

Peringkat tertinggi negara dan kota di Dunia pengakses facebook.



COUNTRIES WITH THE LARGEST NUMBER OF ACTIVE FACEBOOK USERS			CITIES WITH THE LARGEST NUMBER OF ACTIVE FACEBOOK USERS				
#	TOP COUNTRIES	USERS	% TOTAL*	#	TOP CITIES	USERS	% TOTAL*
01	UNITED STATES	219,000,000	11%	01	BANGKOK	30,000,000	1.5%
02	INDIA	213,000,000	11%	02	DHAKA	22,000,000	1.1%
03	BRAZIL	123,000,000	6%	03	JAKARTA	22,000,000	1.1%
04	INDONESIA	111,000,000	6%	04	MEXICO CITY	17,000,000	0.9%
05	MEXICO	76,000,000	4%	05	SÃO PAULO	13,000,000	0.7%
06	PHILIPPINES	63,000,000	3%	06	NEW DELHI	13,000,000	0.7%
07	VIETNAM	60,000,000	3%	07	LIMA	13,000,000	0.7%
08	TURKEY	48,000,000	2%	08	ISTANBUL	12,000,000	0.6%
09	THAILAND	47,000,000	2%	09	CAIRO	12,000,000	0.6%
10	UNITED KINGDOM	42,000,000	2%	10	HO CHI MINH	11,000,000	0.6%

Sumber :

<https://www.liputan6.com/tekno/read/2926217/indonesia-negara-ke-4-dengan-pengguna-facebook-teraktif-di-dunia>

(diakses 22/05/2018 :21.57)

Tak dapat dipungkiri, Indonesia menjadi salah satu negara yang paling banyak menggunakan *facebook*, tercatat Indonesia memiliki pengguna *facebook* aktif 110 juta pengguna. Fitur-fitur yang lengkap di dalam *Facebook* menjadi daya tarik tersendiri bagi para penggunanya. Salah satunya fitur *Grups* dalam *facebook*.

Dari banyaknya fitur di *facebook*, yang sering kita jumpai adalah *grup*. *Grup* memungkinkan kita untuk berdiskusi bersama dalam sebuah ruang maya. Dalam *grup* biasanya terdiri dari orang-orang yang memiliki tujuan bersama, hobi dan minat yang sama. *Grup* dapat dikatakan layaknya perkumpulan minat dan tujuan yang sama, setiap anggota dapat berbagi dan menerima informasi yang ada. Bahkan jika dimungkinkan, melalui *grup* dapat terjalin sebuah komunitas bukan hanya di dunia maya tetapi juga di dunia nyata.

3. Minat belajar

a. Pengertian Minat

Berbeda dengan bakat, minat timbul bersumber dari hasil pengenalan dari lingkungan, atau hasil berinteraksi dan belajar dengan lingkungannya. Bila minat terhadap sesuatu sudah dimiliki seseorang, maka ia akan menjadi potensi bagi orang yang bersangkutan untuk dapat meraih sukses di bidang itu. Sebab minat akan melahirkan energi yang luar biasa untuk berjuang mendapatkan apa yang dia minati. Apalagi kalau minat itu selaras dengan bakatnya, maka kekuatannya lebih luar biasa lagi (Khairani, 2013: 135-136).

Menurut pandangan para ahli, minat itu dimaknai secara beragam, berbeda-beda, sesuai dengan cara dan sudut pandang mereka masing-masing. Sedangkan menurut Sutjipto (2001: 48) bahwa minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, orang, masalah, atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya. Artinya, minat harus dipandang sebagai sesuatu yang sadar. Karenanya minat merupakan aspek psikologis seseorang untuk menaruh perhatian yang tinggi terhadap kegiatan tertentu dan mendorong yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan tersebut.

Berdasarkan definisi minat tersebut dapat dikemukakan bahwa minat mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- 1) Minat adalah suatu gejala psikologis.

- 2) Adanya pemusatan perhatian, perasaan, dan pikiran dari subyek karena tertarik.
- 3) Adanya perasaan senang terhadap obyek yang menjadi sasaran.
- 4) Adanya kemauan atau kecenderungan pada diri subyek untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan.

b. Pengertian Belajar

Pengertian belajar memiliki tafsir dan terjemahan yang berbeda-beda, tergantung pada siapa dan dari sudut pandang mana menafsirkannya. Belajar merupakan proses yang dilakukan individu untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru yang diwujudkan dalam bentuk perubahan tingkah laku yang relatif permanen dan menetap disebabkan adanya interaksi individu dengan lingkungan belajarnya (Baharuddin, 2014: 116).

Belajar juga merupakan aktivitas yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan perubahan dalam dirinya melalui pelatihan-pelatihan atau pengalaman-pengalaman. Menurut Sumadi Suryabrata (2011: 232), definisi belajar selalu mencakup beberapa poin penting sebagai berikut:

- 1) Proses belajar selalu membawa perubahan perilaku, baik kognitif, afektif maupun psikomotorik.
- 2) Pokoknya adalah pada proses mendapatkan kecakapan atau ketrampilan baru.
- 3) Adanya perubahan tersebut karena dilakukan secara sadar dan penuh usaha.

3. Minat Belajar

Menurut Gie dalam buku Psikologi Belajar (Khairani, 2014) minat belajar adalah keterlibatan sepenuhnya dengan sesuatu kegiatan karena menyadari pentingnya kegiatan itu. Dengan demikian, minat belajar adalah keterlibatan sepenuhnya seseorang dengan segenap kegiatan pikiran secara penuh perhatian untuk memperoleh pengetahuan dan mencapai pemahaman tentang pengetahuan ilmiah yang dituntutnya.

Minat dalam belajar mempunyai hubungan yang erat sekali. Seseorang yang menaruh minat pada sesuatu hal maka biasanya cenderung untuk memperhatikan dan mendalami hal tersebut. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam belajar menurut (Khairani, 2014: 148):

a) Faktor kebutuhan dari dalam

Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan psikologis.

b) Faktor motif sosial

Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan ia berada.

c) Faktor emosional

Faktor emosional merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan/objek tertentu.

Berdasarkan uraian tersebut, indikator untuk mengetahui minat seseorang dalam belajar menurut (Darmadi, 2017: 317), adalah :

1. Ketertarikan

Adanya pemusatan perhatian, perasaan dan pikiran dari subjek terhadap hal yang dipelajari.

2. Perasaan senang

Adanya perasaan senang terhadap hal yang dipelajari.

3. Kemauan untuk terlibat

Adanya kemauan atau kecenderungan pada diri subjek untuk terlibat aktif dalam hal yang dipelajari serta untuk mendapat hasil yang terbaik.

4. Videografi

- a. Pengertian Videografi

Videografi adalah media untuk merekam suatu kejadian/ kejadian yang dirangkum dalam sebuah sajian gambar dan suara yang dapat kita nikmati dikemudian hari baik sebagai sebuah kenangan ataupun sebagai bahan kajian untuk mempelajari apa yang sudah pernah terjadi.

Videografi sendiri banyak digunakan oleh berbagai kalangan untuk berbagi kepentingan. Mulai dari individu hingga kelompok. Bahkan setiap negara dapat dipastikan memiliki arsip tentang sejarah negaranya yang berupa video.

Seiring dengan perkembangan jaman dan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi terkini videografi dapat dinikmati dengan berbagai cara dan berbagai format

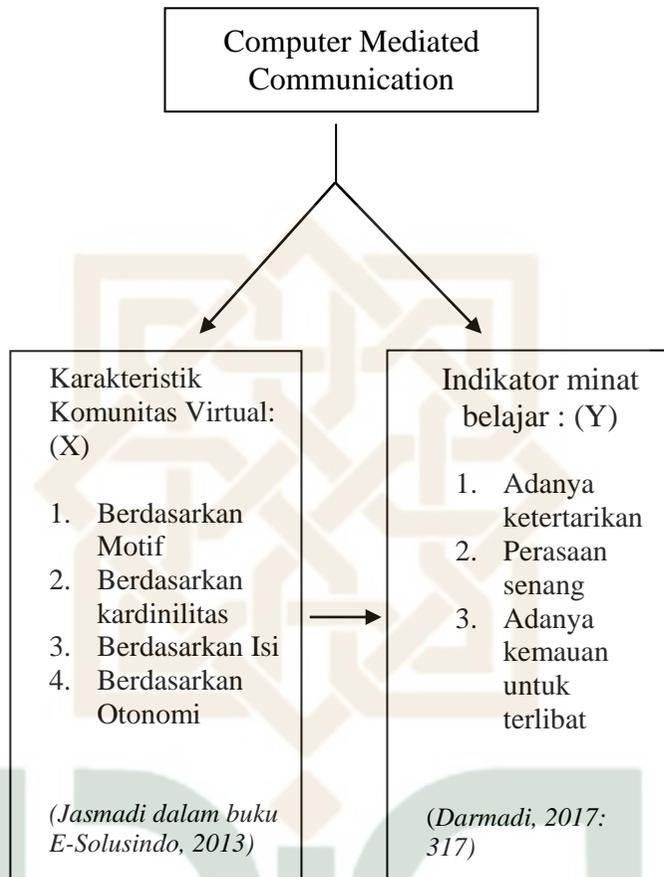
pun ditawarkan oleh para ahli teknologi di dunia. Saat ini ada 2 jenis video yang tersedia yaitu analog dan digital.

Kemudahan yang disediakan oleh perkembangan teknologi videografi digital, membuat setiap orang mampu (atau merasa mampu) melakukan apa saja selama piranti tersedia, meski terkadang mengabaikan atau tidak menyadari prinsip-prinsip dasarnya, baik secara teknis maupun estetis (Agus Man, 2016).



G. Kerangka Pemikiran

Bagan 1 Konsep Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

H. Hipotesis Penelitian

Menurut Syofiyon Siregar dalam bukunya Statistik Parametrik (2014) hipotesis merupakan dugaan terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih. Atas dasar definisi tersebut dapat diartikan pula bahwa hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya. jawaban sementara dari rumusan masalah di dalam suatu penelitian (Siregar, 2014 : 65).

Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Ha : Komunitas virtual berpengaruh terhadap minat belajar anggota pada grup facebook DCI.

Ho : Komunitas virtual tidak berpengaruh terhadap minat belajar anggota pada grup facebook DCI.

I. Metodologi Penelitian

1). Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode riset kuantitatif dengan menggunakan cara pengumpulan data yaitu survei. Pada penelitian survei, peneliti memilih sejumlah responden sebagai sampel, dan memberikan mereka kuisoner yang sudah baku. Tujuan akhir dari penelitian kuantitatif adalah menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan dan pengaruh serta perbandingan antarvariabel (Siregar, 2014: 30).

Penelitian survei yaitu tipe penelitian dengan menggunakan kuesioner atau angket sebagai sumber data utama. Responden diminta untuk memberikan jawaban singkat yang sudah tertulis di kuesioner untuk selanjutnya jawaban dari seluruh responden tersebut diolah menggunakan tehnik analisis kuantitatif tertentu (Martono, 2010).

2) Populasi dan Sampel Penelitian

- a. Populasi dari penelitian ini adalah anggota DCI regional Jogja.
- b. Sampel dari penelitian ini adalah pengaruh grup facebook terhadap minat belajar videografi.

3) Definisi Konsep dan Operasional

a. Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan batasan terhadap permasalahan variabel dalam penelitian sehingga tidak menyimpang, definisi konsep pada penelitian ini adalah:

1.) Karakteristik Komunitas Virtual

a.) Berdasarkan Motif

Para anggota memiliki motif yang beragam saat bergabung di komunitas virtual, seperti motif berteman, menjalin relasi, mendapatkan informasi lebih bahkan motif untuk mendapat keuntungan materi.

b.) Berdasarkan Kardinalitasnya

Para anggota di komunitas virtual dapat bertukar pesan secara pribadi melalui chat pribadi.

c.) Berdasarkan Isinya

Saat bergabung di komunitas virtual, para anggota dapat berdiskusi dan bertukar informasi. Para anggota juga dapat berbagi konten.

d.) Berdasarkan Otonomi

Komunitas virtual memiliki hak, wewenang dan kewajiban yang juga sudah disepakati bersama saat anggota memutuskan untuk bergabung. (Jasmadi, 2013)

2.) Minat Belajar

Variabel terikat dari penelitian ini yang merupakan adalah minat belajar terhadap penggunaan *Grup Facebook*. Adapun indikator-indikator dari Minat belajar yaitu sebagai berikut (Darmadi, 2017: 317):

a) Adanya Ketertarikan

Seseorang cenderung tertarik untuk belajar setelah bergabung dalam sebuah komunitas/grup.

b) Perasaan Senang

Seseorang cenderung merasa senang dengan suatu hal, maka dari itu mereka bergabung di suatu komunitas/grup yang mendukung hal tersebut.

c) Adanya Kemauan untuk Terlibat

Seseorang cenderung menjadi ingin terlibat lebih dalam suatu hal yang mereka sukai setelah bergabung dalam sebuah komunitas/grup.

b. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Grup (Variabel X)

Tabel 2
Indikator Grup

No	Indikator	Poin	Pernyataan
1.	Berdasarkan Motif	1	Saya jadi memiliki banyak teman setelah bergabung di grup.
		2.	Saya mendapat banyak informasi setelah bergabung di grup.

		3.	Saya bisa bertransaksi, jual-beli setelah bergabung di grup.
2.	Berdasarkan Kardinalitasnya	4.	Saya pernah mengirim dan mendapat pesan pribadi di grup.
		5.	Saya pernah mengirim dan mendapat pesan pribadi yang membahas sesuatu yang lebih detail dan mendalam mengenai hal yang berkaitan dengan grup yang saya ikuti.
		6.	Saya pernah mengirim dan mendapat pesan pribadi tentang pekerjaan yang berhubungan dengan grup yang saya ikuti.
		7.	Saya pernah mengirim dan mendapat pesan pribadi mengenai teknis secara detail.
3.	Berdasarkan Isinya	8.	Pembahasan di grup membuat saya senang.
		9.	Saya bergabung karena konten dan isi dari grup menarik.
		10.	Konten-konten yang di share di grup sesuai dengan kebutuhan saya.
		11.	Pengurus grup membuat saya nyaman bergabung disana.
4.	Berdasarkan Otonomi	12.	Saya merasa dekat dengan grup tersebut.
		13.	Saya merasa memiliki grup tersebut.
		14.	Saya sepakat dengan peraturan yang

			ada di grup.
		15.	Peraturan di grup tidak memberatkan saya.

Sumber : Olahan Peneliti

2). Minat belajar videografi terhadap penggunaan Grup Facebook DCI ogja (Variabel Y)

Tabel 3
Indikator Minat Belajar

No	Indikator	Poin	Pernyataan
1	Adanya Ketertarikan	1	Saya tertarik dengan sesuatu setelah bergabung di grup facebook.
		2.	Para member di grup membuat saya tertarik.
		3.	Karya yang bagus di grup membuat saya tertarik untuk belajar lebih.
		4.	Pembahasan dari para member mengenai suatu hal membuat saya semakin tertarik.
		5.	Saya tertarik membeli sesuatu setelah mendapat penjelasan mengenai jenis di grup facebook.
2.	Perasaan Senang	6.	Saya merasa senang saat menemukan grup yang sesuai dengan minat saya.
		7.	Saya merasa nyaman saat berada di sebuah grup facebook.
		8.	Grup facebook yang saya ikuti, membuat saya semakin senang dengan hal yang saya minati.
		9.	Saat merasa senang apabila melihat karya-karya orang-orang di grup

			facebook.
		10.	Saya merasa senang saat banyak orang memberi kritik dan saran terhadap suatu karya yang di upload.
		11.	Para member membuat saya merasa senang.
3.	Adanya kemauan untuk terlibat	12.	Saya ingin membuat karya setelah bergabung di grup facebook..
		13.	Saya mengikuti kegiatan dan event yang diadakan di grup facebook.
		14.	Saya terlibat lebih dalam dengan bergabung di grup whatsapp, supaya lebih akrab dan mengenal para member grup facebook.
		15.	Saya mengupload karya setelah saya bergabung di grup facebook.
		16.	Saya memberi reaksi, kritik, saran dan pujian saat ada member yang mengupload sebuah karya.
		17.	Terkadang saya ikut agenda atau sharing dengan member yang lain di sebuah tempat.

Sumber : Olahan Peneliti

4. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Populasi dipakai untuk menyebutkan serumpun/sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian (Siregar, 2014: 56).

Populasi dalam penelitian yang akan dilakukan adalah anggota Grup Facebook DCI region Jogja yang aktif dalam grup *WhatsApp* berjumlah 230 anggota .

b) Sampel

Sampel dapat diartikan sebagai suatu prosedur pengambilan data yang mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Siregar, 2014:56).

Adapun kriteria-kriteria untuk memenuhi persyaratan sebagai sumber data yang diperlukan dalam penelitian :

- (1). Anggota grup facebook DCI.
- (2). Menjadi anggota DCI yang aktif dan mengikuti grup whatsapp DCI region Jogja.

Dalam penentuan jumlah besaran sampel, peneliti mendapatkan data terakhir anggota *grup Facebook* DCI regional Jogja berjumlah 230 anggota pada 1 juni 2019. Untuk menentukan sampel yang dijadikan responden, peneliti menggunakan rumus *slovin* , menurut Sugiyono (2010 : 63) *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. Besarnya sampel di tentukan melalui rumus *slovin* yaitu seperti berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

$$e = \text{kesalahan } 10\%$$

(Sumber : Siregar, 2014: 61)

Sehingga perhitungan penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{230}{1+230(0,1)^2}$$

$$n = \frac{230}{1+230(0,01)}$$

$$n = 69,69$$

$$n = 70$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka hasil pembulatan sampel dalam perhitungan di atas adalah 70 orang yang ditemui peneliti secara kebetulan dan memenuhi kriteria di atas akan dijadikan sebagai reponden penelitian.

5. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data angket (*kuisoner*). Kuisoner merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang terutama di dalam organisasi, komunitas yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau sistem yang sudah ada (Siregar, 2014: 44). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan cara penyebaran kuesioner melalui dokument kertas yang berupa pertanyaan dan

pernyataan yang nantinya akan dibagikan saat ada sebuah event yang diadakan DCI region Jogja.

6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dan Korelasi Data

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi ukurannya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan validitas konstruk (*construct*). Validitas konstruk adalah validitas yang berkaitan dengan kesanggupan suatu alat ukur dalam mengukur pengertian suatu konsep yang diukurinya. Validasi konstruk merupakan yang terluas cakupannya dibanding dengan validasi lainnya, karena melibatkan banyak prosedur, termasuk validasi isi dan kriteria (Siregar, 2014: 77).

Nilai validitas dicari dengan menggunakan *corelation product moment* yaitu pengujian validitas terhadap korelasi skor item pertanyaan dengan skor total sebagai kriterianya.

Rumus *corelation product moment* adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi antara item dengan total

n = Jumlah data (responden)

x = Variabel terikat

(Sumber : Siregar, 2014 : 77)

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas dari data berupa skor hasil presepsi suatu variabel baik bebas maupun terikat (Sunyoto, 2012:35). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsistensi internal yang merupakan pengujian terhadap setiap artikel yang mana jawaban yang diberikan responden akan menghasilkan skala tertentu (Morissan, 2012:101).

Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut *reliable* atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama (Morissan, 2012: 99). Reliabilitas bukanlah suatu konsep yang berdimensi tunggal. Suatu reliabilitas memiliki tiga komponen di dalamnya, yaitu stabilitas, konsistensi internal, dan ekuivalensi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *rumus Alpha Cronbach*, rumus ini digunakan untuk menentukan apakah instrumen penelitian reabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala, seperti 1-3, 1-5 Dan 1-7 atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian sikap.

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reabel dengan menggunakan rumus ini, apabila koefisien reliabilitas (r_n) $>0,6$. Berikut perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus tersebut :

$$r_n = \left[\frac{k}{k-1} \right] 1 - \left[1 - \left[\frac{\sum ab^2}{ab^2} \right] \right]$$

Keterangan :

r_n = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan atau soal $\sum ab^2$

$\sum ab^2$ = Jumlah varian butir

ab^2 = Varian total

(Sumber : Siregar, 2014: 90)

c) Uji Korelasi

Korelasi adalah suatu analisis statistik yang digunakan untuk mengukur dan mengetahui tingkat asosiasi atau hubungan antara dua variabel (Siregar, 2014: 338). Ada berbagai macam teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan, tergantung dari jenis data yang digunakan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Korelasi Pearson Product Moment* seperti yang sudah dijelaskan diatas.

Rumus *corelation product moment* adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi antara item dengan total

n = Jumlah data (responden)

x = Variabel terikat

(Sumber : Siregar, 2014 : 77)

7. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

a. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan perhitungan komputasi program SPSS (*Statistical Product dan Service Solution*). “Karena program ini memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak dialog sederhana, sehingga mudah dipahami cara pengoperasiannya” (Sugianto,2007:1).

b. Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi yaitu suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Jika pengukuran pengaruh ini melibatkan satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dinamakan analisis Regresi Linier sederhana dirumuskan :

$$Y = a + bX.$$

Nilai a konstanta dan nilai b adalah koefisien regresi untuk variabel X.

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad \text{dan} \quad a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

Y = Variabel Terikat

X = Variabel Bebas

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

(Sumber : Sunyoto, 2012 : 83)

8. Skala pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti adalah *likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Siregar,, 2014:50).

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator lalu subindikator yang dapat diukur. Akhirnya subindikator dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pertanyaan yang perlu dijawab responden (Siregar, 2014: 50).

Adapun skala penelitian ini, yaitu:

- Sangat tidak setuju : 1
- Tidak setuju : 2
- Netral : 3
- Setuju : 4
- Sangat setuju : 5

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian telah dilakukan yaitu tentang “Pengaruh Komunitas Virtual terhadap Minat Belajar Videografi”, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Komunitas Virtual Grup Facebook DCI berpengaruh terhadap minat belajar videografi, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 11,145 dan t tabel sebesar 1,995 yang artinya nilai t hitung lebih besar daripada t tabel hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang mana H_a adalah Komunitas virtual berpengaruh terhadap minat belajar anggota pada grup facebook DCI.
2. Komunitas virtual (X) berpengaruh positif terhadap minat belajar (Y) adalah sebesar 64,6%. Pengaruh positif ini bermakna semakin anggota aktif dalam komunitas virtual grup facebook DCI maka akan berpengaruh terhadap minat belajar videografi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti tentang Pengaruh Komunitas Virtual terhadap Minat Belajar Videografi, maka peneliti dapat memberi saran sebagai berikut :

1. Melihat pengaruh Grup facebook DCI yang cukup besar terhadap minat belajar di dunia videografi, Peneliti memberikan saran agar Grup Facebook DCI bukan hanya sebuah komunitas tetapi dapat menjadi wadah resmi yang terorganisir dan terstruktur dengan baik, bahkan jika perlu DCI dapat mempunyai fasilitas fisik berupa tempat untuk

berkumpul sehingga bisa menjadi tempat untuk belajar videografi bagi para calon videografer maupun cineas muda di seluruh Indonesia.

2. Bagi anggota DCI agar tetap menjalin komunikasi dengan anggota lainnya, serta aktif memberi saran, masukan, kritik terhadap sebuah karya dan mengikuti event, gathering atau kegiatan-kegiatan lainnya sebagai agenda demi kemajuan bersama dan menciptakan pertukaran informasi yang baik.



Daftar Pustaka

- Agus Man. 2016. pengertian-videografi-sebelum-kita.html. diakses 09/09/2018 : 18.40)
- Baharuddin. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi ala Net Gneration*. Jakarta: Gramedia.
- Darmadi. 2017. *Pengembangan Model Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Dwi Shintia. 2017 [.https://www.jawapos.com/teknologi/22/08/2017/video-dominasi-penggunaan-data](https://www.jawapos.com/teknologi/22/08/2017/video-dominasi-penggunaan-data) (diakses 09/09/2018 : 18.50)
- Feiler, Jesse.2008. *Facebook Applications*. USA: The Mc Graw-Hill Companies.
- Fuchs, Christian. 2014. *Social Media*. Sage Publication: London.
- Hanafi, Muhammad. 2016 **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa FISIP Universitas Riau”**. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Hayu Rahmitasari, Diyah. 2017. *Manajemen Media di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Hidayat, Rizki Putra. 2010 **“Skripsi Peranan Komunikasi Antar Pribadi sebagai Solusi Konflik pada Hubungan Persahabatan Remaja SMUN 7 Medan”** Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara.

- Ibrahim Subandi, Idi dan Jalaluddin Rakhmat. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Indah Wahyuni, Hermin. 2013. *Kebijakan Media Baru di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Jasmadi, 2013. *Membangun Komunitas Online Secara Praktis dan Gratis*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- JavanLabs.report. 2015. <https://tafsirq.com/H.R.Ibnu.Majah> (diakses pada Selasa, 02 Mei 2018, jam 10.30 WIB)
- Jeko. 2017. <https://www.liputan6.com/tekno/read/2926217/indonesia-negara-ke-4-dengan-pengguna-facebook-teraktif-di-dunia> (diakses 22/05 pada 21:57)
- Khairani, Makmun. 2013. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Kritiadi, Al Agus. 2018. *Manajemen Relasi Komunitas Online*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Laughey, Den. 2007. *Key Themes in Media Theory*. Open University Press: USA.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Molaga. 2013 “**Presepsi Mahasiswa terhadap Efektifitas Pembelajaran Melalui Grup di Facebook**”. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi.
- Morissan, M.A. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Ruli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.

- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Analisis Validitas dan Asumsi Klasik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suryabrata, Sumadi. 2005. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Rajagrafindo.
- Sutjipto. 2001. *Pengertian Minat dan Keinginan*. Semarang: Buletin Sosial Universitas Diponegoro.
- Tomic, Alice dkk. *Computer Mediated Communication-Social Interaction And The Internet*. California : Sage Publications



Assalamualaikum Wr.Wb

Teman-teman anggota Grup DCI Jogja yang saya hormati, saya adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang sedang melaksanakan penelitian dengan judul “Pengaruh Komunitas Virtual terhadap Minat Belajar Videografi”. Dengan kerendahan hati saya meminta teman-teman untuk mengisi lembar angket atau kuisioner ini. Saya ucapkan terimakasih untuk teman-teman yang telah bersedia mengisi kuisioner.

Hormat Saya,
Muhammad Ihsyanudin

Petunjuk pengisian kuisioner :

1. Teman-teman hanya akan menjawab pernyataan atau pertanyaan dengan cara memberi tanda (√) pada kotak yang tersedia.
2. Keterangan pilihan jawaban :
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

Daftar Pertanyaan

1. Indikator Grup

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya jadi memiliki banyak teman setelah bergabung di grup.					
2.	Saya mendapat banyak informasi setelah bergabung di grup.					
3.	Saya bisa bertransaksi, jual-beli					

	setelah bergabung di grup.					
4.	Saya pernah mengirim dan mendapat pesan pribadi di grup.					
5.	Saya pernah mengirim dan mendapat pesan pribadi yang membahas sesuatu yang lebih detail dan mendalam mengenai hal yang berkaitan dengan grup yang saya ikuti.					
6.	Saya pernah mengirim dan mendapat pesan pribadi tentang pekerjaan yang berhubungan dengan grup yang saya ikuti.					
7.	Saya pernah mengirim dan mendapat pesan pribadi mengenai teknis secara detail.					
8.	Pembahasan di grup membuat saya senang.					
9.	Saya bergabung karena konten dan isi dari grup menarik.					
10.	Konten-konten yang di share di grup sesuai dengan kebutuhan saya.					
11.	Pengurus grup membuat saya nyaman bergabung disana.					
12.	Saya merasa dekat dengan grup tersebut.					
13.	Saya merasa memiliki grup tersebut.					
14.	Saya sepakat dengan peraturan yang ada di grup.					
15.	Peraturan di grup tidak memberatkan saya.					

2. Indikator Minat Belajar

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban
----	------------	-----------------

		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya tertarik dengan sesuatu setelah bergabung di grup facebook.					
2.	Para member di grup membuat saya tertarik.					
3.	Karya yang bagus di grup membuat saya tertarik untuk belajar lebih.					
4.	Pembahasan dari para member mengenai suatu hal membuat saya semakin tertarik.					
5.	Saya tertarik membeli sesuatu setelah mendapat penjelasan mengenai jenis di grup facebook.					
6.	Saya merasa senang saat menemukan grup yang sesuai dengan minat saya.					
7.	Saya merasa nyaman saat berada di sebuah grup facebook.					
8.	Grup facebook yang saya ikuti, membuat saya semakin senang dengan hal yang saya minati.					
9.	Saat merasa senang apabila melihat karya-karya orang-orang di grup facebook.					
10.	Saya merasa senang saat banyak orang memberi kritik dan saran terhadap suatu karya yang di upload.					
11.	Para member membuat saya merasa senang.					
12.	Saya ingin membuat karya setelah bergabung di grup facebook..					
13.	Saya mengikuti kegiatan dan event yang diadakan di grup facebook.					

14.	Saya terlibat lebih dalam dengan bergabung di grup whatsapp, supaya lebih akrab dan mengenal para member grup facebook.					
15.	Saya mengupload karya setelah saya bergabung di grup facebook.					
16.	Saya memberi reaksi, kritik, saran dan pujian saat ada member yang mengupload sebuah karya.					
17.	Terkadang saya ikut agenda atau sharing dengan member yang lain di sebuah tempat.					

Identitas Responden

Nama :

Email :

No. Hp :



Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.944	32

Correlations			
		komunitas virtual	minat belajar
komunitas virtual	Pearson Correlation	1	.804**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	70	70
minat belajar	Pearson Correlation	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	70	70

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.646	.641	5.20099

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3359.951	1	3359.951	124.211	.000 ^b
	Residual	1839.421	68	27.050		
	Total	5199.371	69			

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.934	4.868		3.068	.003
	komunitas virtual	.900	.081	.804	11.145	.000

Hasil Uji Validitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	39.4286	30.306	.608	.817
Q2	39.0571	33.069	.327	.838
Q3	40.1000	28.265	.523	.826
Q4	39.9857	28.072	.602	.816
Q5	39.8571	27.921	.662	.810
Q6	39.8857	29.088	.561	.820
Q7	39.9429	28.837	.591	.817
Q8	39.3571	32.146	.503	.827
Q9	39.2286	32.643	.449	.830
Q10	39.3857	32.530	.407	.832
Q11	39.3429	32.287	.477	.828

Tabel t_{hitung}

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260

Workshop yang diadakan Komunitas DCI



Sumber : Grup Facebook DCI

Seminar yang diikuti para member DCI



Sumber : Grup Facebook DCI

Agenda Ngopi “Ngobrol Pilm” Komunitas DCI



Sumber : Grup Whatsapp DCI

Kopdar Komunitas DCI Region Jogja

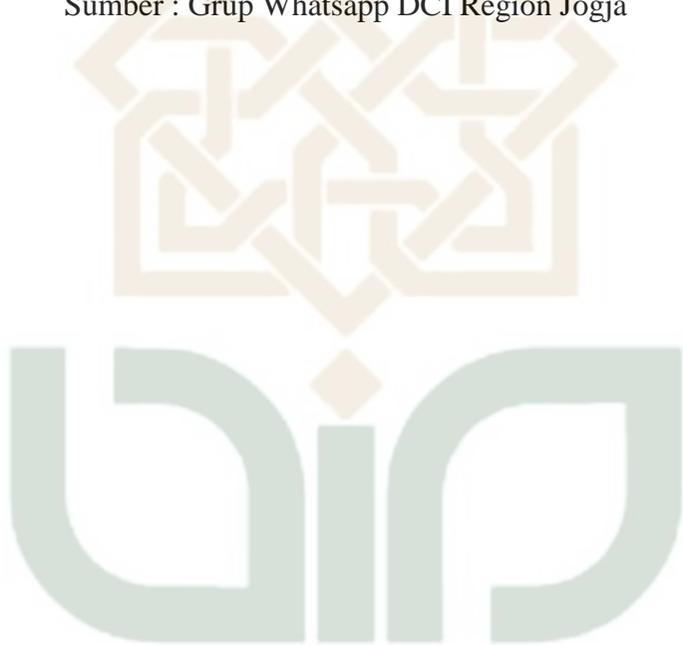


Sumber : Grup Whatsapp DCI Region Jogja

Pelatihan Editing Video para Member DCI



Sumber : Grup Whatsapp DCI Region Jogja



CURICULUM VITAE

Nama : Muhammad Ihsyanudin

TTL : Sragen, 06 Maret 1996

Agama : Islam

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tinggi Badan : 170 cm

Berat Badan : 80 kg

Alamat : Kedawung RT.08/RW.03, Mondokan, Sragen

No Hp : 0812273910175

Email : Muhammad.ihsyanudin@gmail.com



Pendidikan Formal

1. 2000-2001 : TK Bayangkara
2. 2001-2007 : SDN Kedawung 01
3. 2007-2010 : MTsN 3 Sragen
4. 2010-2013 : MAN 1 Surakarta
5. 2013-sekarang : Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga

Pengalaman Organisasi :

1. Pengalaman magang di Harmony Galeri, Yogyakarta.