

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

Bab hasil penelitian merupakan bagian dalam skripsi yang merangkum serta menganalisis data yang telah terkumpul. Pada bagian ini, peneliti akan menguraikan temuan atau hasil yang diperoleh selama proses penelitian berdasarkan analisis data yang telah dilakukan. Biasanya, hasil penelitian disajikan dalam bentuk narasi, tabel untuk memudahkan pembaca dalam memahami temuan. Selain itu dalam bab hasil penelitian, peneliti juga diharapkan menyajikan interpretasi dan analisis dari hasil penelitian yang telah ditemukan, serta menghubungkannya dengan tujuan penelitian dan hipotesis yang telah diajukan sebelumnya.

Dalam bab ini, peneliti menyajikan hasil analisis data yang diperoleh dari kuesioner atau angket yang disebarakan kepada responden, yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi terkait Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2020 di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penyajian data penelitian dilakukan dengan menggunakan dua perangkat lunak, yaitu Microsoft Excel dan SPSS 23 untuk memudahkan analisis oleh peneliti. Berikut adalah bentuk penyajian data yang dijelaskan oleh peneliti:

5.1.1 Identitas Responden

Identitas responden penelitian adalah syarat penting untuk menentukan karakteristik dan latar belakang dari responden yang terlibat dalam penelitian. Jika identitas responden tidak sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan untuk penentuan sampel, maka responden tersebut tidak akan diambil sebagai sampel dalam penelitian. Dari total 85 responden, berikut adalah karakteristik penelitian yang dapat dijabarkan berdasarkan data yang diperoleh:

1) Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin dalam penelitian ini diperoleh dari respon yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan mengenai jenis kelamin dalam kuesioner atau angket yang disebarakan oleh peneliti. Hasil dari kuesioner tersebut kemudian dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 5.1 . Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
1	Perempuan	67	78,8%
2	Laki-laki	18	21,2%
TOTAL		85	100%

Sumber Data: Olahan Peneliti, 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Kelas

Data kelas responden dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan mengenai kelas dalam kuesioner atau angket yang disebarakan oleh peneliti. Berikut adalah tabel yang menjelaskan hasil dari kuesioner tersebut:

Tabel 5.2 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Kelas

No.	Kelas	Jumlah	Persen
1	PR A	31	36,5 %
2	PR B	6	7,0 %
3	PR C	8	9,4 %
4	PR D	4	4,7%
5	PR E	5	5,9 %
6	PR F	1	1,2 %
7	PR G	9	10,6 %
8	PR H	2	2,4 %
9	BR I	4	4,7 %
10	BR J	0	0,0 %
11	BR K	1	1,2 %
12	BR L	1	1,2 %
13	BR M	3	3,5 %
14	BR N	3	3,5%
15	JR O	3	3,5 %
16	JR P	4	4,7 %
TOTAL		85	100%

Sumber Data: Olahan Peneliti, 2024

5.1.2 Deskriptif Data

Pembahasan pada analisis deskriptif merupakan inti dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, di mana data deskripsi, analisis, dan interpretasi digunakan. Langkah selanjutnya setelah data diperoleh dari responden adalah melakukan analisis sesuai dengan teknik yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti akan menggambarkan data tersebut sesuai dengan variabelnya, yang terdiri dari dua variabel utama, yaitu Variabel (X) Media Sosial dan Variabel (Y) Interaksi Sosial. Berikut adalah hasil dari data tersebut yang dibagi menjadi dua variabel:

1) Penggunaan Media Sosial (Variabel X)

Berdasarkan 5 pertanyaan tentang sub variabel Pengaruh Media Sosial dapat peneliti jabarkan hasilnya sebagai berikut:

a) Media

Media komunikasi merupakan sebuah peraat atau sarana yang dipakai responden untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

media yang dipakai dalam penelitian ini WhatsApp dan Instagram. Adapun tingkat media sosial mempengaruhi responden berikut:

Tabel 5.3 Penggunaan WhatsApp

Nilai	Pilihan	Jumlah	Persen	Skor
5	Sangat berpengaruh	50	58,8%	250
4	Berpengaruh	19	22,4%	76
3	Cukup berpengaruh	16	18,8%	48
2	Tidak erpengaruh	0	0,0%	0
1	Sangat tidak berpengaruh	0	0,0%	0
TOTAL		85	100%	374

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

Dari tabel 5.3 diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian, yaitu 50 dari 85 orang atau setara dengan 58,8% responden menyatakan bahwa media WhatsApp sangat mempengaruhi. Selanjutnya, 19 dari 85 responden yang jika dipersentasekan sekitar 22,4% orang menyatakan bahwa media sosial WhatsApp berpengaruh. Di sisi lain, 16 dari 85 responden atau sekitar 18,8%. Rata-rata skor keseluruhan untuk pengaruh media WhatsApp adalah 4,40 yang menunjukkan bahwa responden secara umum merasakan pengaruh yang kuat dari penggunaan WhatsApp dalam kehidupan sehari-hari mereka. Hasil ini menegaskan pentingnya WhatsApp sebagai alat komunikasi yang berpengaruh di kalangan pengguna.

Rata-rata skor :

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{\text{Jumlah total skor aktual yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah ideal untuk seluruh item}}$$

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{374}{85} = 4,40 \%$$

Selanjutnya, dalam ranah sub-indikator media, peneliti melakukan penelitian dan pengumpulan data tentang seberapa jauh penggunaan Instagram memengaruhi responden. Berikut adalah hasil dari pengumpulan data tersebut:

Tabel 5.4 Penggunaan Instagram

Nilai	Pilihan	Jumlah	Persen	Skor
5	Sangat berpengaruh	24	28,2%	120
4	Berpengaruh	36	42,4%	144
3	Cukup berpengaruh	20	23,5%	60
2	Tidak berpengaruh	5	5,9%	10
1	Sangat tidak berpengaruh	0	0,0%	0
TOTAL		85	100%	334

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

Dari table 5.4 diatas dapat dijelaskan bahwa dari responden penelitian yang berjumlah 85 orang, sebanyak 36 dari 85 responden yang jika dipersentasekan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rata-rata skor :

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{\text{Jumlah total skor aktual yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah ideal untuk seluruh item}}$$

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{367}{85} = 4,32 \%$$

Durasi

Dalam sub-indikator durasi ini, peneliti mengumpulkan data tentang berapa lama waktu yang dihabiskan setiap harinya dalam menggunakan media sosial. Peneliti mengukur durasi tersebut dalam hitungan menit, dan berikut adalah hasilnya:

Tabel 5.6 Durasi Menggunakan Media Sosial

Nilai	Pilihan	Jumlah	Persen	Skor
5	> 2 Jam	53	62,4%	265
4	1 – 2 Jam	22	25,9%	88
3	30 menit – 1 jam	10	11,8%	30
2	15 – 30 Menit	0	0,0%	0
1	< 15 Menit	0	0,0%	0
TOTAL		85	100%	383

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

Dari tabel 5.6 diatas dapat disimpulkan bahwa sebanyak 53 dari 85 responden yang setara dengan 62,4% menggunakan media sosial selama lebih dari 2 jam setiap harinya. Selanjutnya, terdapat 22 dari 85 responden atau sekitar 25,9% menggunakan media sosial selama 1-2 jam. Selain itu, ada 10 dari 85 responden atau sekitar 11,8% yang menggunakan media sosial selama 30 menit hingga 1 jam. Rata-rata skor untuk durasi penggunaan media sosial adalah 4,50 yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan, responden menghabiskan waktu yang signifikan dalam menggunakan media sosial setiap harinya. Hasil ini menegaskan bahwa media sosial merupakan bagian penting dari rutinitas harian responden.

Rata-rata skor :

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{\text{Jumlah total skor aktual yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah ideal untuk seluruh item}}$$

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{383}{85} = 4,50 \%$$

Attensi

Atensi merujuk pada seberapa besar perhatian yang diberikan oleh audiens terhadap pesan yang disampaikan melalui media. Ini mencerminkan tingkat keterlibatan dan fokus audiens terhadap isi pesan media. Berikut adalah hasil pengukuran yang telah dilakukan oleh peneliti:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.7 Tujuan Responden Menggunakan Media Sosial

Nilai	Pilihan	Jumlah	Persen	Skor
5	Mendapatkan Informasi	52	61,2%	260
4	Membagikan Pengalaman	1	1,2%	4
3	Melakukan promosi	1	1,2%	3
2	Terhubung dengan teman	12	14,1%	24
1	Menghibur diri	19	22,4%	19
	TOTAL	85	100%	310

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

Dari tabel 5.7 di atas, dapat dilihat bahwa sekitar 52 dari 85 responden atau sekitar 61,2% memilih menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi. Sementara itu, sebanyak 19 orang atau sekitar 22,4% responden menggunakan media sosial untuk menghibur diri. Selanjutnya, sekitar 12 dari 85 responden atau sekitar 14,1% menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan teman. Terakhir hanya 1 dari 85 responden atau sekitar 1,2% yang menggunakan media sosial untuk berbagi pengalaman dan melakukan promosi. Rata-rata skor untuk tujuan penggunaan media sosial ini adalah 3,64 yang menunjukkan bahwa responden cenderung lebih memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi dibandingkan dengan tujuan lainnya. Hasil ini menegaskan peran penting media sosial dalam menyediakan akses informasi bagi pengguna.

Rata-rata skor :

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{\text{Jumlah total skor aktual yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah ideal untuk seluruh item}}$$

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{310}{85} = 3,64 \%$$

2). Interaksi Sosial (Variabel Y)

Interaksi sosial merupakan variabel Y dalam penelitian ini, dalam hal ini peneliti menggunakan beberapa indikator sebagai berikut:

a) Frekuensi

Frekuensi merupakan seberapa sering responden berinteraksi langsung dengan teman dalam satu minggu sebagai berikut:

Tabel 5.8 Responden Berinteraksi Tatap Muka

Nilai	Pilihan	Jumlah	Persen	Skor
5	Sangat sering	12	14,1%	60
4	Sering	28	32,9%	112
3	Cukup sering	27	31,8%	81
2	Jarang	14	16,5%	28
1	Tidak pernah	4	4,7%	4

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TOTAL	85	100%	285
-------	----	------	-----

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

Dari tabel 5.8 diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian, sebanyak 28 dari 85 orang atau sekitar 32,9%, menyatakan bahwa mereka sering berinteraksi secara langsung dalam satu minggu. Selanjutnya, 27 dari 85 responden yang jika dipersentasekan sekitar 31,8% mengatakan bahwa mereka cukup sering berinteraksi dengan teman dalam satu minggu. Selain itu, terdapat 14 dari 85 responden atau sekitar 16,5% yang menyatakan bahwa mereka jarang berinteraksi secara langsung. Di sisi lain, 12 dari 85 responden atau sekitar 14,1%, memilih bahwa mereka sangat sering berinteraksi langsung dalam satu minggu. Terakhir, hanya 4 dari 85 responden atau sekitar 4,7%, yang menyatakan bahwa mereka tidak pernah berinteraksi langsung. Rata-rata skor untuk frekuensi interaksi langsung ini adalah 3,35 yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan, responden cenderung memiliki tingkat interaksi langsung yang baik dengan teman-teman mereka. Hasil ini menegaskan pentingnya interaksi tatap muka dalam membangun hubungan sosial di antara pengguna.

Rata-rata skor :

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{\text{Jumlah total skor aktual yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah ideal untuk seluruh item}}$$

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{285}{85} = 3,35 \%$$

Selanjutnya, dalam ranah sub-indikator frekuensi, peneliti melakukan penelitian dan pengumpulan data tentang seberapa sering berinteraksi dengan teman melalui media sosial dalam satu minggu. Berikut adalah hasil dari pengumpulan data tersebut.

Tabel 5.9 Responden Berinteraksi Media Sosial

Nilai	Pilihan	Jumlah	Persen	Skor
5	Sangat sering	17	14,1%	85
4	Sering	23	32,9%	92
3	Cukup sering	28	31,8%	84
2	Jarang	14	16,5%	28
1	Tidak pernah	3	3,5%	3
TOTAL		85	100%	292

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

Dari table 5.9 diatas dapat dijelaskan bahwa sebanyak 28 dari 85 responden yang setara dengan 31,8% cukup sering berinteraksi dengan teman melalui media sosial. Selanjutnya, terdapat 23 dari 85 responden lainnya yang jika dipersentasekan sekitar 32,9% sering menggunakan media sosial untuk berinteraksi. Selain itu, sebanyak 17 dari 85 responden atau sekitar 20,75%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memilih bahwa mereka sangat sering berinteraksi di media sosial. Ada juga 14 dari 85 responden atau sekitar 16,5% yang mengatakan bahwa mereka jarang berinteraksi dalam media sosial. Dan hanya 3 dari 85 responden atau sekitar 3,5% yang menyatakan bahwa mereka tidak pernah berinteraksi di media sosial. Rata-rata skor untuk frekuensi interaksi ini adalah 3,44 yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan, responden cenderung berinteraksi dengan teman-teman mereka melalui media sosial dengan frekuensi yang cukup baik. Hasil ini mencerminkan peran penting media sosial dalam memfasilitasi interaksi sosial di kalangan pengguna.

Rata-rata skor :

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{\text{Jumlah total skor aktual yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah ideal untuk seluruh item}}$$

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{292}{85} = 3,44 \%$$

b) Kualitas

Dalam sub-indikator kualitas ini, peneliti mengumpulkan data tentang bagaimana responden menilai kualitas interaksi sosial mereka melalui media sosial. dan berikut adalah hasilnya:

Tabel 5.10 Kualitas Interaksi Sosial di Media Sosial

Nilai	Pilihan	Jumlah	Persen	Skor
5	Sangat baik	24	28,2%	120
4	Buruk	43	50,6%	172
3	Cukup baik	17	20%	51
2	Baik	1	1,2%	2
1	Sangat buruk	0	0,0%	0
TOTAL		85	100%	345

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

Terlihat pada tabel 5.10 diatas bahwa dalam penelitian ini 50,6% atau 43 responden menilai kualitas interaksi baik. Selanjutnya, 24 responden atau 28,2% menyatakan bahwa kualitas interaksi sangat baik. Sebanyak 17 responden atau 20% dari sampel penelitian memilih kualitas interaksi sebagai cukup baik. Hanya 1 responden atau sekitar 1,2% dari total yang menyatakan bahwa kualitas interaksi buruk. Rata-rata skor yang diperoleh untuk kualitas interaksi sosial melalui media sosial adalah sekitar 4,06 menunjukkan bahwa secara keseluruhan, responden cenderung menilai kualitas interaksi mereka sebagai baik hingga sangat baik.

Rata-rata skor :

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{\text{Jumlah total skor aktual yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah ideal untuk seluruh item}}$$

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{345}{85} = 4,06 \%$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.2 Pengujian Data

Dalam bagian ini peneliti melakukan pengukuran dengan menguji indikator dari kedua variabel penelitian, yaitu pengaruh media sosial (X) dan interaksi sosial (Y). Pengukuran ini bertujuan untuk meninjau dan mengukur sejauh mana serta konsistensi kesesuaian variabel dengan teori yang digunakan. Untuk melaksanakan hal tersebut berikut adalah hasil pengujian data pada penelitian ini.

Pengujian data adalah tahap penting dalam penelitian yang bertujuan untuk memastikan keakuratan, konsistensi, dan keandalan data yang telah dikumpulkan. Langkah-langkah pengujian data dapat melibatkan berbagai teknik atau metode yang sesuai dengan jenis data yang dikumpulkan, baik itu data kuantitatif maupun kualitatif. Pada data kuantitatif, pengujian data umumnya melibatkan analisis statistik yang digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas data. Validitas data mengacu pada sejauh mana data yang terkumpul secara akurat merepresentasikan konsep yang ingin diukur, sedangkan reliabilitas data mengacu pada konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu.

5.2.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai keabsahan suatu pertanyaan dalam kuesioner. Setiap skor pertanyaan yang diuji untuk keabsahannya dihubungkan dengan total skor dari seluruh pertanyaan dengan menggunakan rumus: $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 dengan signifikansi 0,05). Jika hasil perhitungan nilai uji lebih besar dari nilai kritis tabel, maka instrumen pertanyaan dianggap memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total, dan dinyatakan valid. Sebaliknya, jika nilai uji lebih kecil dari nilai kritis tabel, maka instrumen pertanyaan dianggap tidak valid. Pada penelitian yang peneliti lakukan sampel penelitian ini berjumlah 85 orang, sehingga dalam penelitian ini besarnya $df (n-2)$ dapat dihitung sebesar 0,2133 dengan nilai signifikansi (5%) Adapun hasil uji validasi dari penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Pertanyaan	r_{Hitung}	r_{Tabel}	Keterangan
Penggunaan Media Sosial (Variabel X)	X1	0,520	0,213	Valid
	X2	0,598	0,213	Valid
	X3	0,486	0,213	Valid
	X4	0,606	0,213	Valid
	X5	0,732	0,213	Valid
Interaksi Sosial (Variabel Y)	Y1	0,721	0,213	Valid
	Y2	0,773	0,213	Valid
	Y3	0,552	0,213	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

5.2.4 Korelasi Spearman Rank

Uji korelasi spearman rank digunakan untuk menguji pengaruh antara penggunaan media sosial (X) terhadap interaksi sosial (Y) dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5.14 Hasil Uji Korelasi Spearman Rank
Correlations

		Penggunaan media sosial	Interaksi sosial
Spearman's rho	Penggunaan media social	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.444**
		N	85
	Interaksi social	Correlation Coefficient	.444**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	85

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

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan table 5.14 diatas diperoleh signifikasi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari pada 0,05, dengan hasil tersebut dapat dikatakan bahwasannya variabel penggunaan media sosial (X) memiliki korelasi terhadap variabel interaksi sosial. Kemudian nilai *correlation spearman's* menunjukkan pada nilai yang positif 0,444 yang jika kita lihat pada tabel tingkat hubungan antara kedua variabel yaitu variabel X dan Y dinyatakan memiliki hubungan yang cukup kuat.

5.2.5 Uji Man-Whitney

Uji Man-Whitney digunakan untuk membandingkan dua kelompok yang tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji ini dilakukan untuk mengevaluasi perbedaan dalam interaksi sosial antara pengguna media sosial Instagram dan WhatsApp. Berikut adalah hasil uji man-whitney yang telah dilakukan dalam penelitian ini:

Tabel 5.15 Hasil Uji Man-Whitney
Test Statistics^a

	Interaksi social
Mann-Whitney U	470.000
Wilcoxon W	1100.000
Z	-3.936
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Grouping Variable: Penggunaan

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan tabel output uji man-whitney pada penelitian ini bahwa nilai Mann-Whitney U adalah 470.000, adanya perbedaan peringkat yang signifikan antara kedua kelompok. Nilai Z sebesar -3.936 mengindikasikan adanya perbedaan signifikan antara kedua kelompok. Selain itu, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang $0.000 < 0.05$ menegaskan bahwa perbedaan interaksi sosial antara pengguna Instagram dan WhatsApp adalah signifikan secara statistik. Maka hipotesis alternatif (H_1) diterima yang menyatakan terdapat perbedaan interaksi sosial antara pengguna Instagram dan WhatsApp, sedangkan hipotesis nol (H_0) ditolak. Ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap tingkat interaksi sosial responden.

5.3 Pembahasan

Setelah menganalisis data penelitian sesuai dengan metode yang telah dibahas sebelumnya, peneliti kemudian menyajikan hasil analisis tersebut dalam bagian ini. Tujuan dari pembahasan ini adalah untuk menjelaskan temuan-temuan yang ditemukan saat melakukan analisis data.

5.3.1 Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial

Penggunaan media sosial telah mengubah cara mahasiswa berinteraksi, memungkinkan mereka untuk terhubung dengan teman-teman kapan saja dan di mana saja. Hal ini meningkatkan frekuensi interaksi dan memperluas jaringan sosial, serta memfasilitasi diskusi akademis. Namun, meskipun ada banyak manfaat, tantangan seperti berkurangnya interaksi tatap muka yang lebih mendalam juga perlu diperhatikan. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap interaksi sosial di kalangan mahasiswa.

5.3.1.1 Penggunaan Media Sosial

Penggunaan media sosial merujuk pada cara individu memanfaatkan platform digital untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun hubungan. Dalam penelitian ini, penggunaan media sosial diukur melalui beberapa indikator:

1. Media

Indikator ini merujuk pada jenis platform media sosial yang digunakan oleh mahasiswa. Dalam penelitian ini, mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi menunjukkan preferensi yang kuat terhadap aplikasi seperti WhatsApp dan Instagram. Penggunaan media sosial ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun dan memelihara hubungan sosial.

2. Frekuensi

Frekuensi penggunaan media sosial oleh mahasiswa menunjukkan seberapa sering mereka berinteraksi melalui platform tersebut dalam sehari.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan media sosial dengan frekuensi yang tinggi, yang menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka. Interaksi yang sering ini memungkinkan mahasiswa untuk tetap terhubung dengan teman-teman mereka, berbagi informasi, dan mendiskusikan materi kuliah secara lebih efektif. Dengan demikian, frekuensi penggunaan media sosial berkontribusi pada peningkatan interaksi sosial di kalangan mahasiswa.

3. Durasi

Durasi mengacu pada berapa lama mahasiswa menghabiskan waktu di media sosial setiap harinya. Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa menghabiskan waktu yang signifikan di media sosial, yang dapat mempengaruhi kualitas interaksi sosial mereka. Rata-rata durasi penggunaan menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menghabiskan waktu yang cukup lama untuk berinteraksi secara online. Meskipun durasi yang tinggi dapat meningkatkan interaksi sosial, penting untuk mempertimbangkan pengaruh negatif yang mungkin timbul, seperti pengurangan interaksi tatap muka dan potensi kecanduan media sosial.

4. Atensi

Atensi mencakup alasan mahasiswa dalam menggunakan media sosial, seperti untuk hiburan, mendapatkan informasi, atau berinteraksi. Mahasiswa yang memiliki motivasi yang jelas untuk menggunakan media sosial cenderung lebih aktif dalam berinteraksi, yang berdampak positif pada keterlibatan mereka dalam interaksi sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang menggunakan media sosial dengan tujuan yang jelas, seperti untuk belajar atau berkolaborasi, mengalami peningkatan dalam kualitas interaksi sosial mereka.

5.3.1.2 Interaksi Sosial

Interaksi sosial mencerminkan hubungan dan komunikasi antara individu. Dalam penelitian ini, diukur melalui dua indikator utama:

1. Frekuensi

Indikator ini mengukur seberapa sering mahasiswa berinteraksi secara langsung dengan teman-teman mereka dalam satu minggu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden sering berinteraksi secara tatap muka, yang menunjukkan bahwa meskipun mereka aktif di media sosial, interaksi langsung tetap penting. Interaksi tatap muka ini tidak hanya memperkuat hubungan sosial, tetapi juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk berkomunikasi secara lebih efektif dan membangun kepercayaan di antara mereka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kualitas Interaksi Sosial

Kualitas interaksi sosial mengacu pada penilaian mahasiswa terhadap interaksi yang mereka lakukan, baik secara online maupun tatap muka. Penelitian ini menemukan bahwa mayoritas responden menilai kualitas interaksi mereka sebagai baik hingga sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat mendukung interaksi sosial yang positif jika digunakan dengan bijak. Kualitas interaksi yang baik dapat meningkatkan rasa keterhubungan dan dukungan sosial di antara mahasiswa, yang sangat penting untuk kesejahteraan mental dan emosional mereka.

3.1.3 Hipotesis

Dalam penelitian ini, variabel independen diketahui memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini juga bisa didefinisikan penggunaan media sosial memiliki pengaruh terhadap interaksi sosial pada mahasiswa ilmu komunikasi 2020, yang mana sekaligus mengonfirmasi hipotesis alternatif (H_a) diterima, sedangkan hipotesis nol ditolak (H_0). Dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa nilai Mann-Whitney U adalah 470.000, dengan nilai Z sebesar -3.936, yang mengindikasikan adanya perbedaan signifikan antara kedua kelompok. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap tingkat interaksi sosial responden.

Temuan ini sejalan dengan beberapa kajian terdahulu yang menjadi bagian dari penulisan penelitian ini. Dalam kajian terdahulu memiliki beragam jenis variabel yang cukup serupa dengan variabel yang dibawakan pada penelitian ini.

Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh (Soesilo & Irawan, 2020) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Interaksi Remaja” maka kesimpulan akhir dari hasil penelitian cukup serupa dengan penelitian ini. Diketahui hasil analisis yang ditempuh menghasilkan temuan adanya pengaruh penggunaan smartphone terhadap interaksi sosial di Yayasan Panti Asuhan Salib Putih Salatiga.

Adapun penelitian yang dilaksanakan oleh (Harahap et al., 2024) dengan judul penelitian “Pengaruh penggunaan media sosial terhadap interaksi sosial dikalangan mahasiswa” bahwa penggunaan media sosial dengan pola interaksi sosial mahasiswa lebih intensitas dan cenderung memiliki interaksi sosial yang sering dilakukan melalui platform digital dibandingkan dengan interaksi tatap muka. Hal ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sosial mahasiswa, memfasilitasi komunikasi yang lebih cepat dan efisien.

Kemudian pada penelitian yang telah dilakukan (Yohanes et al., 2019) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pola Interaksi Sosial

