

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, penelitian memiliki referensi penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini dan melakukan tinjauan pustaka sebagai langkah dari penyusunan penelitian. Tinjauan pustaka bertujuan untuk menganalisis secara praktis bagian dari artikel jurnal, karya ilmiah atau publikasi dan membandingkan dengan penelitian sebelumnya¹.

Dari penelitian Riska Marini, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Lampung dalam skripsinya yang berjudul "*Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi belajar Peserta Didik Di Smpn 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah*".² Dalam skripsi ini aplikasi Tik Tok menjadi informasi penelitian dan sama-sama menggunakan media sosial. Tiktok juga digunakan manusia untuk dijadikan alat komunikasi dan juga sebagai pembuat video-video pendek untuk hiburan sehingga membuat siswa dengan belajarnya pun berkurang. Hasil dari penelitian sebelumnya maka sangatlah wajar kalau aplikasi tiktok itu mempengaruhi prestasi belajar siswa maka penelitian ini mempunyai pemikiran yang tingkat pengetahuan siswa dan mahasiswa dalam menggunakan media sosial sangatlah berbeda.

Dari penelitian sebelumnya Reni Ferilitasari, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dalam Skripsinya yang berjudul "*Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi pada Rohis di Sma Perintis 1 Bandar Lampung)*"³ Dalam skripsi tersebut membahas tentang pengaruh media sosial Instagram terhadap perilaku remaja. Maka peneliti tertarik dalam penelitian yaitu mempunyai keterkaitan pengguna media sosial. Dari penelitian ini sangatlah mempengaruhi kalangan remaja apalagi media sosial instagram lebih sering digunakan sebagai alat informasi dan komunikasi

¹Indonesia Oxford Living Dictionaries, menulis Tinjauan Pustaka dalam karya ilmiah : Apa Mengapa dan Bagaimana, dalam (<https://id.oxforddictionaries.com/tata-bahasa/menulis-tinjauan-pustaka-dalam-karya-ilmiah-apa-mengapa-dan-bagaimana>) diakses pada 07 maret 2021.

²Nanda Fadil, 2019, skripsi: "*Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi belajar Peserta Didik Di Smpn 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah*".

³Reni Ferilitasari skripsi : "*Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi pada Rohis di Sma Perintis 1 Bandar Lampung)*". Lampung: UIN Raden Intan, 2018.

Keempat, Lail Munawaroh, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang dalam Skripsinya yang berjudul “*Pengaruh Film Sinchan Terhadap Pola Komunikasi Anak Dalam Perspektif Islam*”. pengaruh film sinchan terhadap pola komunikasi anak dikategorikan tinggi (T) sebanyak 5 orang atau 26,3% dari seluruh responden yang ada. Selanjutnya, pengaruh film sinchan terhadap pola komunikasi anak dikategorikan sedang (S) sebanyak 13 orang atau 68,4% dari seluruh responden yang ada. Dan pengaruh film Sinchan terhadap pola komunikasi anak dikategorikan rendah (R) sebanyak 1 orang atau 5,3% dari seluruh responden yang ada. Dengan demikian, berdasarkan data bahwa responden sangat setuju dengan presentase nilai 56,1% terdapat pengaruh film sinchan terhadap pola komunikasi anak⁴.

Bahwa skripsi yang saya buat dengan judul *Bagaimana Pengaruh Penggunaan Media Sosial Likee Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Stebis Indo Global Mandiri Palembang* memiliki perbedaan dengan tema-tema dan permasalahan yang saya sebutkan diatas, untuk itu skripsi ini layak untuk diteruskan. Adapun persamaan dalam penelitian tersebut yakni sama-sama meneliti mengenai media sosial dalam pengaruhnya.

B. Kerangka Teori

1. Komunikasi massa

a. Pengertian

Komunikasi massa dapat dijelaskan dari dua cara pandang yakni bagaimana orang memproduksi pesan dan menyebarkan melalui media disatu pihak dan bagaimana orang-orang mencari serta menggunakan pesan-pesan tersebut dipihak lainnya. Komunikasi massa juga dapat diartikan sebagai proses komunikasi melalui media massa. Secara umum penggunaan komunikasi massa disamping untuk menjalankan fungsi utamanya seperti memberikan informasi dan hiburan juga dimanfaatkan untuk kepentingan-kepentingan khusus misalnya sebagai media dakwah⁵.

Kehidupan sosial masyarakat merupakan suatu sistem interaksi antara seseorang dengan orang lain. Interaksi sosial dapat berlangsung teratur dan

⁴Lail Munawaroh, Skripsi : “ *Pengaruh Film Sinchan Terhadap Pola Komunikasi Anak Dalam Perspektif Islam*,” Palembang : UIN Raden Fatah Palembang, 2020.

⁵ Abdul Halik, “*Komunikasi Massa*”(Makassar : UIN Alauddin Makassar, 2013). Hlm. 78

dinamis apabila terjadi proses memberi dan menerima secara positif dalam arti hubungan yang saling menguntungkan. Lembaga Negara merupakan wadah yang mengatur terjadinya proses positif tersebut.⁶

b. Karakteristik

Dalam komunikasi tatap muka terjadi penggunaan banyak saluran dengan banyak kesempatan untuk mengirim dan menerima pesan dan dengan proses komunikasi yang kompleks. Proses komunikasi massa lebih kompleks dari produksi dan distribusi pesan-pesannya dibandingkan dengan sistem atau jenis komunikasi lainnya. Pesan-pesan media diterima dan dikonsumsi oleh banyak orang yang heterogen dan anonim.

Menurut Elizabeth N. Neuman, komunikasi massa memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Bersifat tidak langsung, pesan-pesan komunikasi massa samapi ke khalayak harus melalui media teknis.
2. Proses komunikasi massa bersifat satu arah, tidak ada interaksi antara peserta komunikasi (media dan Khalayak).
3. Pesan-pesan komunikasi massa bersifat terbuka untuk public yang tidak terbatas dan anonim
4. Mempunyai publik atau khalayak yang tersebar⁷.

c. model komunikasi defleur

Model komunikasi yang dibuat oleh Melvin Defleur pada dasarnya merupakan pengembangan dari model komunikasi yang dibuat oleh Shannon dan Weaver. Model Defleur ini cocok untuk menggambarkan proses komunikasi melalui media massa (komunikasi massa). Di dalamnya tercakup 8 komponen proses komunikasi massa yaitu :Sumber, pemancar, saluran, penerima, tujuan, gangguan yang terjadi, sarana media massa dan sarana penyampai umpan balik⁸.

2. *Likee*

a. Pengertian

Menurut peneliti dampak yang telah disebutkan memang sudah banyak terjadi dikalangan masyarakat terutama pelajar. Banyak masyarakat apalagi pelajar yang sudah menggunakan telepon genggam. Banyak dari kalangan pelajar maupun Mahasiswa. Bahkan sudah banyak dari mereka yang juga menggunakan media

⁶Monap Solihat, "Komunikasi Massa Dan Sosialisasi", 9(6),2008. Hlm 105

⁷*Ibid*, Hlm. 9

⁸Djuarsa Sendjaja, "Model-Model Komunikasi" Jurnal Pengantar Ilmu Komunikasi. Hlm. 14

sosial. Kebanyakan dari mereka ketika sudah memegang handphone tidak lagi fokus terhadap tugas lain atau tanggung jawab lain. Itu membuat mereka lalai dalam menyelesaikan tanggung jawabnya.

Bahkan ketika berkumpul dengan keluarga pun kebanyakan dari masyarakat justru banyak sekali memegang handphone masing-masing. Bukankah jika sedang berkumpul dengan keluarga seharusnya lebih banyak berbincang dan berbagi cerita serta bercanda tawa dengan keluarga. Ini justru dalam kalangan masyarakat pun sekarang lebih mengutamakan handphone nya dibandingkan berbincang-bincang dengan keluarga.

Banyak sekali dari mereka yang salah dalam mempergunakan media sosial. Karena begitu banyak media yang berisikan sebuah konten-konten yang merusak setiap individu-individu saat ini terutama pelajar. Penggunaan media sosial yang baik ialah dia yang menggunakan media sosial dengan wawasan yang positif dan konten-konten yang positif. Dari banyaknya media sosial itu juga banyak sekali memberikan perubahan yang kurang baik terhadap setiap orang terutama peserta didik. Dari media sosial pun banyak sekali yang menirukan gaya setiap orang yang ada di medsos-medsos yang dilihat. Dari gaya pakaian, sikap, cara berbicara, dan lain-lain.

Likee adalah sebuah aplikasi platform kreasi video pendek yang memungkinkan pengguna dapat berbagi video original mereka kepada pengguna lain dalam cakupan viewers video diseluruh Negara yang terhuung dalam jaringan aplikasi likee⁹. Aplikasi *Likee* ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi dan gaya masing-masing pembuatannya. Aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang ampun bang jago yang banyak digunakan oleh setiap orang Dan video –video tersebut dibuat juga oleh Mahasiswa yang milenial. Terkadang mahasiswa tidak mau ketinggalan dengan video yang lagi viral.

Dalam aplikasi media sosial *Likee* banyak berbagai konten video yang ingin mereka buat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat menuangkan

⁹<https://boss-ant.blogspot.com/2020/01/aplikasi-short-video-likee.html>, diakses pada (minggu, 17 oktober 2020), pukul 21.46 WIB.

berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video menarik, joget, lipsync dll, mereka juga bisa ikut tantangan-tantangan yang dibuat pengguna lain.

Aplikasi *Likee* adalah salah satu aplikasi yang membuat pengguna nya terhibur. Aplikasi ini bisa dikatakan adalah aplikasi penghibur. Beberapa orang pengguna banyak sekali yang mengatakan bahwa aplikasi ini adalah aplikasi yang dapat membuat si pengguna terhibur. Dalam aplikasi ini pengguna dapat melihat-lihat berbagai kreatifitas setiap pengguna lain di beranda.

Aplikasi *Likee* ini pun dapat membuat si pengguna dikenal atau terkenal. Dikenal atau terkenal karena video-video yang mereka buat, ada video yang terkenal karena kreatifitasnya, Ada juga yang terkenal karena video nya yang lucu, ada juga yang terkenal karena keunikan video yang dibuat. Semua sesuai pandangan dari setiap penonton atau si pengguna lain.

Likee tidak hanya membuat konten video atau live streaming Aplikasi Likee ini juga bisa mendapatkan uang lewat viewers dengan syarat dan ketentuan dari likee serta agency yang pengguna ikuti tersebut.maka dari itu pengguna likee pelajar dan mahasiswa tertarik dengan mendapatkan uang lewat likee.

b. Sejarah

Likee Pertama dikenal sebagai LIKE hingga pertengahan 2019, ketika namanya diubah dan didesain ulang Hingga kuartal kedua 2019, [pengguna aktif bulanan](#) seluler *Likee* telah mencapai 80,7 juta. Pada 25 September 2019, [partai politik](#) India, [Partai Aam Aadmi](#), membuat akun resmi di Likee.

Pada tanggal 30 September 2019, fitur [kontrol orang tua](#) diperkenalkan, memungkinkan [orang tua](#) dan [wali](#) pengguna Likee untuk mengontrol atau membatasi akses ke [kontenaplikasi dari](#) jarak jauh.Pada 2017, Likee dinobatkan sebagai salah satu Aplikasi Hiburan Terbaik [Google Play](#) .¹⁰

3. Motivasi

a. Teori Hierarki kebutuhan dari Abraham Harold Maslow

Setiap manusia mempunyai kebutuhan yang munculnya semangat tergantung kepentingan individu. Abraham Harold Maslow mengemukakan

¹⁰<https://translate.google.com/translate?u=https://en.wikipedia.org/wiki/Likee&hl=id&sl=en&tl=id&client=srp&prev=search>, diakses pada (kamis, 03 desember 2020), pukul 11:36 WIB,

“*Hierarchy of needs theory*” untuk menjawab tentang tingkatan kebutuhan manusia. Bagaimanapun juga individu sebagai karyawan tidak bisa melepaskan dari dari kebutuhan-kebutuhannya. Abraham Harold Maslow menyatakan bahwa manusia dimotivasi oleh berbagai kebutuhan dan keinginan ini muncul dalam urutan hirarku. Maslow mengidentifikasi dalam urutan yang semakin meningkat. Adapun tingkatan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kebutuhan fisiologis
 - a) Teoritis : kebutuhan pangan, sandang, papan, bebas dari rasa sakit
 - b) Terapan : ruang istirahat, air untuk minum, liburan, cuti, balas jasa.
2. Kebutuhan Penghargaan
 - a. Teoritis : status atau kedudukan, kepercayaan diri, pengakuan, repuasi dan prestasi, apresiasi, kehormatan diri, acara peringatan.
 - b. Terapan : Kekuasaan, ego, promosi, jabatan, hadiah, status.
3. Kebutuhan Aktualisasi
 - a) Teoritis : Penggunaan potensi diri, pertumbuhan, pengembangan diri.
 - b) Terapan : menyelesaikan penugasan-penugasan yang bersifat menantang, melakukan pekerjaan-pekerjaan kreatif, pengembang keterampilan.

b. Teori Behavioristik

Menurut paham behavioristik yaitu Motivasi merupakan faktor eksternal yang perlu didesain untuk mengubah perilaku individu sesuai dengan perilaku yang diharapkan .

Faktor-faktornya seperti pujian, hadiah serta hukuman perlu disediakan agar individu termotivasi untuk melakukan kegiatan yang ditunjukkan pada perubahan perilaku yang diharapkan.

c. Teori Kognitivisme

Menurut kognitivisme merupakan motivasi yang berkaitan dengan pilihan, keputusan, rencana, minat, tujuan dan berbagai perhitungan yang berkaitan dengan keuntungan dan kerugian yang dialami

individu. Teori ini berkaitan dengan kegagalan dan keberhasilan yang menjadi dasar melakukan suatu kegiatan.¹¹

a. Faktor yang mempengaruhi motivasi belajar

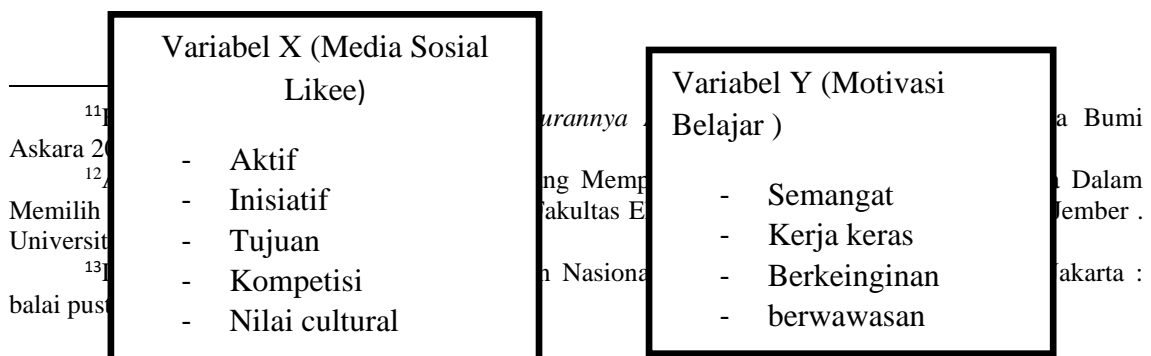
1. Faktor internal (jasmani: Fisiologis dan Rohani: Psikologis)
 - Aspek Fisiologis (kondisi umum jasmani : kondisi organ tubuh yang melemah)
 - Aspek Psikologis (bakat, minat, kemampuan dasar)
2. Faktor Eksternal (lingkungan Sosial dan lingkungan nonsosial)
 - Lingkungan sosial (seperti para guru dan staf administrasi dan teman-teman yang selalu menunjukkan sikap yang simpatik)
 - Lingkungan nonsosial (dari keadaan atau kondisi fisik dari orang tersebut)¹²

4. Pengaruh

Pengaruh yaitu kekuatan yang ada atau yang timbul dari sesuatu seperti orang yang turut membentuk watak kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹³ Dalam hal ini pengaruh lebih cenderung kedalam sesuatu yang dapat membawa perubahan pada diri seseorang atau lebih tepatnya pada karyawan untuk menaruh arah yang lebih positif. Bila pengaruh ini adalah pengaruh yang positif maka seseorang akan berubah menjadi lebih baik yang memiliki visi jauh kedepannya.

Dalam masa pandemi ini media sosial lebih cepat untuk mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan lainnya maka dari mahasiswa lebih menggunakan media sosial like seiring kebutuhannya. Mahasiswa yang belum mengetahui informasi dan juga ilmu contohnya tutorial skripsi pembuatan halaman dengan cepat dan tutorial serta ilmu lainnya setelah menonton itu maka sebelumnya mahasiswa yang belum tau menjadi tau setelah menonton video Likee cara pembuatan halaman skripsi dengan cepat.

C. Kerangka Berpikir





Gambar , Kerangka Teori Variabel x dan y

Umumnya *Uses and gratification* yaitu pendekatan untuk memahami mengapa khalayak aktif dalam mencari media yang pas untuk memenuhi kebutuhannya. *Uses and gratification* yaitu pendekatan penelitian komunikasi massa dari sudut pandang khalayak yang menggunakan media. Lain dengan teori yang berpusat kepada apa yang dilakukan media terhadap khalayak. berkaitan dengan teori ini maka menjadi asumsi dasar serta relevansinya dengan media baru akan dirumuskan secara singkat yaitu pendekatan *uses and gratifications* mulai dipakai oleh para penelitian media pada 1940-an, meski istilah *uses and gratifications* itu belum dipakai. Dikutip oleh Ambar, Herta Herzog yang memulai studinya mengenai *uses and gratifications* dengan membuat klasifikasi beberapa alasan mengapa khalayak memilih media yang dibutuhkan¹⁴.

Bukan seperti teori komunikasi massa lainnya yang berfokus pada konsumsi/penggunaan media, pendekatan *uses and gratifications* memberikan kuasa pada khalayak untuk memilih media mana yang layak dipilih atau dikonsumsi. Pendekatan *uses and gratifications* memiliki lima asumsi dasarnya yaitu :

- a. Aktif, khalayak dianggap aktif dan penggunaan media massa diasumsikan memiliki tujuan.
- b. Inisiatif, berkaitan dengan pemuasan kebutuhan dan motif dalam menggunakan media, karena khalayak yang tidak lagi pasif maka khalayak terus memiliki asumsi mengapa mereka menggunakan media. Contohnya :

¹⁴Ambar , landasan teori *uses and gratifications*, dalam (<https://pakarkomunikasi.com/teori-uses-and-gratifications>) diakses pada 08 maret 2021.

Cukup populer , memenuhi kebutuhan psikis dan naluri serta merasa bebas saat menggunakannya.

- c. Berkompetisi, melalui media massa dengan sumber-sumber lainnya untuk memenuhi kebutuhan khalayak. tidak seperti pada era 1950-an, ditahun 2021 media massa sudah sangat berkembang dan khalayak memegang kuasa penuh media mana yang tepat dan layak untuk dipilih dikenal televisi yang mulai bersaing dengan *Youtube*, radio yang mulai bersaing dengan platform *spoondan podcast*. Sebuah persaingan media bisa ditandai dengan adanya ragam media yang tersedia diantara khalayak dan media yang melebihi kepopuleran medianya.
- d. Tujuan, dari penggunaan media dapat disimpulkan dari data yang disediakan oleh khalayak yang menggunakannya, jenis media massa yang diteliti adalah media sosial maka tujuan penggunaan yaitu untuk mencari teman, mencari pasangan kewanitaan atau hanya bertujuan untuk bersenang-senang.
- e. Nilai kultural, dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak¹⁵. Media hanya satu-satunya media yang tersedia namun masih tidak mampu memenuhi khalayak contohnya: media telah menjadi bagian yang sering digunakan, menjadi tempat melepas kejenuhan, dan menjadi ruang bagi penggunaan media.

Kita simpulkan bahwasanya yang menjadi alasan kenapa khalayak itu menggunakan media yaitu keadaan sosial psikologis yang dirasakan sebagai sebuah permasalahan oleh khalayak dan media juga dipakai oleh khalayak untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut.

D. Hipotesis Penelitian

Pengaruh media sosial Likee terhadap Keterampilan Ekonomi Syariah Universitas Stebis Indo Global Mandiri Palembang.:

- a. H_0 : Ada Pengaruh Media Sosial Like Terhadap Motivasi Belajar
- b. H_a : Tidak Ada Pengaruh Media Sosial Like Terhadap Motivasi Belajar

¹⁵Ambar, Landasan Teori uses and gratification. Hlm 4