



الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia

Adam Hermawansyah

18917201

Tesis diajukan sebagai syarat untuk meraih gelar Magister Komputer

Konsentrasi Sistem Informasi Enterprise

Program Studi Informatika Program Magister

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia

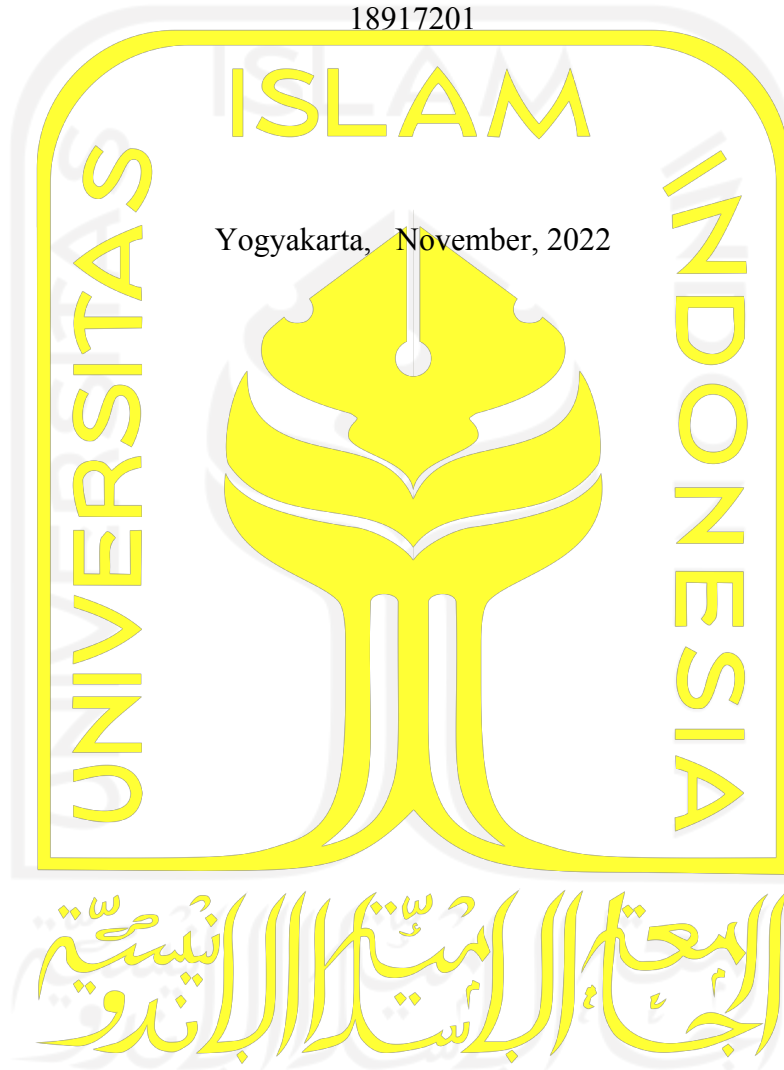
2022

Lembar Pengesahan Pembimbing

Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia

Adam Hermawansyah

18917201



Pembimbing

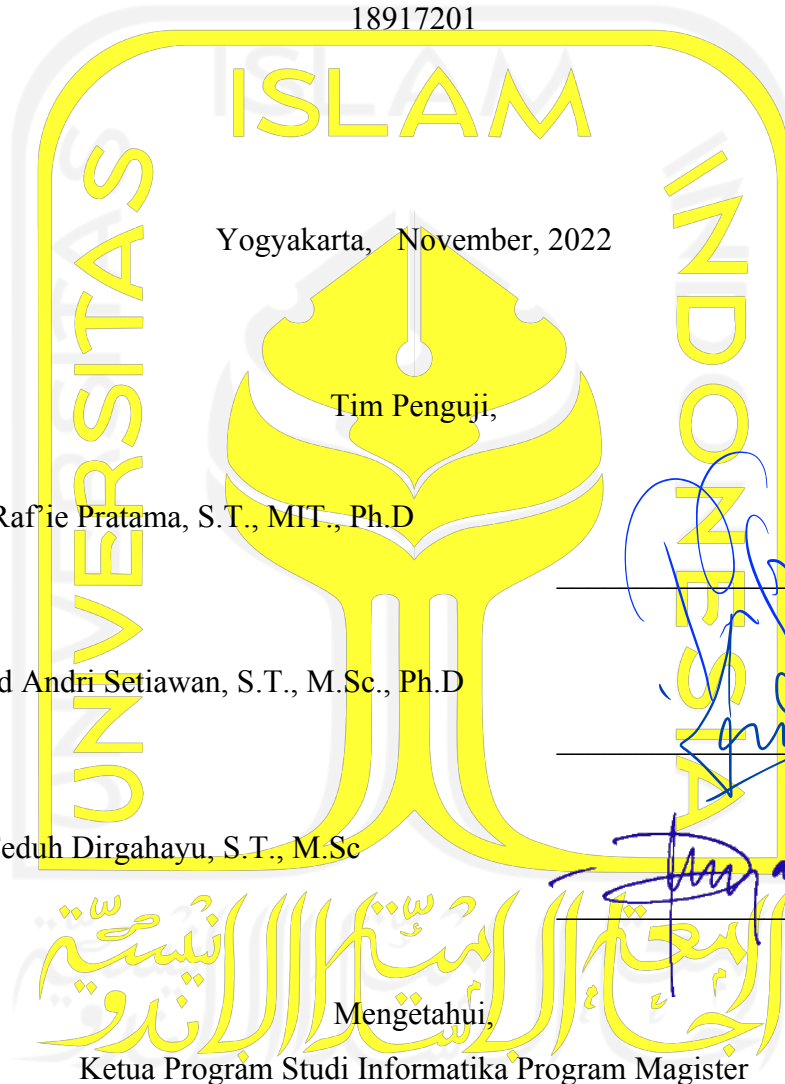
Ahmad M. Raf'ie Pratama, S.T., MIT., Ph.D

Lembar Pengesahan Penguji

Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia

Adam Hermawansyah

18917201



(Handwritten signatures in blue ink)

Universitas Islam Indonesia

Irving Mita Paputungan, S.T., M.Sc., Ph.D.

Abstrak

Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia

Dari sekitar 143 juta pengguna Internet di Indonesia, hampir 90% di antaranya adalah pengguna media sosial. Meski telah banyak diteliti, namun banyak yang baru menyentuh level permukaan saja dan belum memberikan gambaran yang komprehensif dan menyeluruh. Selain untuk mengetahui platform media sosial apa saja yang marak digunakan di Indonesia, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana profil dan karakteristik pengguna masing-masing *platform* media sosial yang marak digunakan dan memahami tentang bagaimana pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor-faktor demografis lainnya terhadap penggunaan media sosial. Survei dari 412 pengguna media sosial di Indonesia dianalisis dengan metode EFA dan MCA dengan bantuan bahasa pemrograman R. Dari hasil analisis ditemukan beberapa profil pengguna media sosial yang berbeda. Selain mayoritas pengguna yang cenderung menggunakan media sosial populer seperti YouTube, Instagram, WhatsApp, dan Facebook untuk kebutuhan personal baik itu hiburan maupun pendidikan, terdapat juga jenis pengguna yang memanfaatkan media sosial lain seperti LinkedIn dan GitHub untuk kebutuhan profesional, terutama dari kalangan ekonomi menengah ke atas. Selain dapat memperkaya wawasan terkait penggunaan media sosial di Indonesia, temuan dari penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh penelitian selanjutnya, utamanya terkait pemanfaatan media sosial oleh beragam kalangan yang berbeda dengan tujuan yang berbeda-beda pula.

Kata kunci

media sosial, efa (*exploratory factor analysis*), mca (*multiple correspondence analysis*), bahasa pemrograman r

Abstract

Analysis of Profiles and Characteristics of Social Media Users in Indonesia

Almost 90% of the approximately 143 million of Internet users in Indonesia are social media users. While many have studied the use of social media in Indonesia, most still covers the surface instead of providing a comprehensive and in-depth analysis on this. Apart from investigating the most frequently used social media in Indonesia, this study aimed to explore the profiles and characteristics of users on each social media platform and to examine the differences in age, sex, education level, and other demographic factors of social media users across multiple platforms. An online survey of 412 social media users in Indonesia was conducted and analyzed with EFA and MCA using R. The findings confirm the existence of some distinct categories of social media users in Indonesia. While the majority of users, especially on the most popular platforms like YouTube, Instagram, WhatsApp, and Facebook, have personal motivations like social interaction, entertainment, or education, some others, mainly the middle-high class, use other social media like LinkedIn and Github for their professional lives. In addition to providing a better understanding on how social media is used in Indonesia, this study can help further research on those differences on the use of social media.

Keywords

social media, efa (exploratory factor analysis), mca (multiple correspondence analysis), programming language r

Pernyataan Keaslian Tulisan

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini merupakan tulisan asli dari penulis, dan tidak berisi material yang telah diterbitkan sebelumnya atau tulisan dari penulis lain terkecuali referensi atas material tersebut telah disebutkan dalam tesis. Apabila ada kontribusi dari penulis lain dalam tesis ini, maka penulis lain tersebut secara eksplisit telah disebutkan dalam tesis ini.

Dengan ini saya juga menyatakan bahwa segala kontribusi dari pihak lain terhadap tesis ini, termasuk bantuan analisis statistik, desain survei, analisis data, prosedur teknis yang bersifat signifikan, dan segala bentuk aktivitas penelitian yang dipergunakan atau dilaporkan dalam tesis ini telah secara eksplisit disebutkan dalam tesis ini.

Segala bentuk hak cipta yang terdapat dalam material dokumen tesis ini berada dalam kepemilikan pemilik hak cipta masing-masing. Apabila dibutuhkan, penulis juga telah mendapatkan izin dari pemilik hak cipta untuk menggunakan ulang materialnya dalam tesis ini.

Yogyakarta, November, 2022

Adam Hermawansyah, S.Kom

Daftar Publikasi

Publikasi yang menjadi bagian dari tesis

Hermawansyah, A., & Pratama, A. R. (2021). Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia Dengan Metode EFA dan MCA. *Techno.Com*, 20(1), 69–82. <https://doi.org/10.33633/tc.v20i1.4289>

Kontributor	Jenis Kontribusi
Adam Hermawansyah	Memberi ide (40%) Mendesain eksperimen (70%) Menulis <i>paper</i> (70%)
Ahmad M. Raf'ie Pratama, S.T., MIT., Ph.D	Memberi ide dan saran (60%) Mendesain eksperimen (30%) Menulis dan mengedit <i>paper</i> (30%)

Halaman Kontribusi

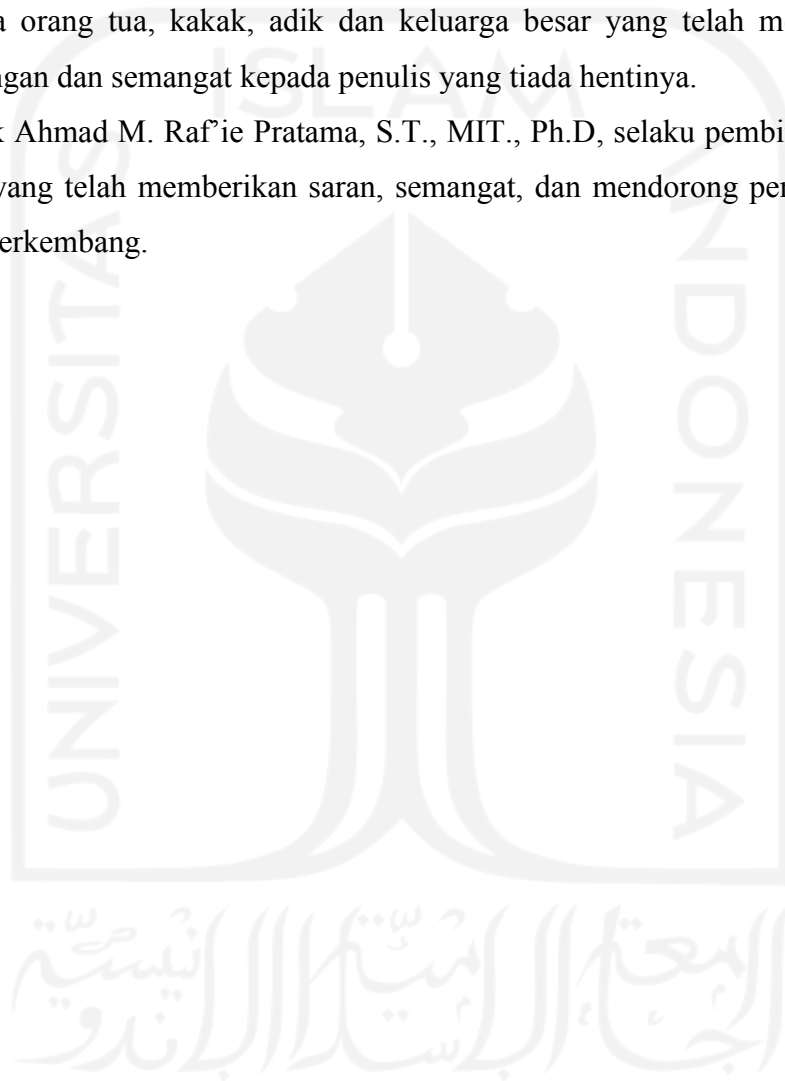
Terima kasih penulis sampaikan kepada bapak Ahmad M. Raf'ie Pratama, S.T., MIT., Ph.D yang telah membimbing dan memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.



Halaman Persembahan

Alhamdulillah segala puji bagi Allah yang telah memberikan kita semua nikmat dan dengan rahmat dan karunia dari Allah penulis bisa menyelesaikan pendidikan Program Studi Informatika Program Magister di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Penulis persembahkan penelitian ini kepada:

1. Kedua orang tua, kakak, adik dan keluarga besar yang telah memberikan do'a, dukungan dan semangat kepada penulis yang tiada hentinya.
2. Bapak Ahmad M. Raf'ie Pratama, S.T., MIT., Ph.D, selaku pembimbing penulisan tesis yang telah memberikan saran, semangat, dan mendorong penulis untuk terus bisa berkembang.



Kata Pengantar

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas rahmat dan nikmat Allah sehingga studi Program Magister Informatika ini bisa diselesaikan dengan baik. Salawat serta salam penulis ucapkan buat baginda Nabi Muhammad Shallallahu ‘alaihi wa sallam. Semoga kita semua mendapat syafa’at beliau di hari akhir kelak Aamiin ya rabbal alamin. Penulis juga bersyukur atas selesainya pengerjaan tesis dengan judul “Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia”. Tesis ini dibuat untuk persyaratan kelulusan jurusan Informatika Program Magister di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

Penulisan tesis ini berhasil berkat adanya bimbingan dan masukan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini, yaitu:

1. Kedua orang tua, kakak, adik dan keluarga besar yang telah memberikan do’a, dukungan dan semangat kepada penulis yang tiada hentinya.
2. Bapak Ahmad M. Raf’ie Pratama, S.T., MIT., Ph.D, selaku pembimbing penulisan tesis yang telah memberikan saran, semangat, dan mendorong penulis untuk terus bisa berkembang.
3. Bapak dan ibu dewan penguji sidang proposal, progres dan pendadaran tesis. Beserta pihak Universitas yang telah membantu dalam kegiatan terkait tesis ini.
4. Seluruh sahabat dan teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
5. Seluruh sahabat dan rekan seperjuangan yang selalu bersama-sama dalam menyelesaikan studi jurusan Informatika Program Magister ini.
6. Seluruh responden yang telah memberikan data terkait dalam penulisan tesis ini.

Penulis berharap semoga Allah membalas semua kebaikan dan kerjasama Bapak/Ibu dan teman-teman. Selanjutnya, penulis juga berharap saran dan kritik dari pembaca tesis ini untuk kesempurnaan penulisan kedepannya.

Yogyakarta, November, 2022

Penulis,

Adam Hermawansyah, S.Kom

Daftar Isi

Lembar Pengesahan Pembimbing	i
Abstrak	iii
Abstract.....	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Daftar Publikasi	vi
Halaman Kontribusi.....	vii
Halaman Persembahan	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
Glosarium	xv
BAB 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	6
BAB 2 Tinjauan Pustaka	8
2.1 Pendahuluan.....	8
2.2 Media Sosial	14
BAB 3 Metodologi	17
3.1 Data.....	17
3.2 Bahasa Pemrograman R.....	18
3.3 RStudio	19

3.4	Metode Analisis Data.....	19
3.4.1	Teknik Analisis EFA	21
3.4.2	Teknik Analisis MCA.....	21
3.5	Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.6	Langkah-langkah Penelitian	22
3.6.1	Pengumpulan Data.....	22
3.6.2	Penyusunan Data	22
3.6.3	Penyajian Data.....	22
3.6.4	Analisis Data	23
3.6.5	Interpretasi Data	23
BAB 4	Hasil dan Pembahasan.....	24
4.1	Hasil Statistik Deskriptif.....	24
4.1.1	Demografi.....	24
4.1.2	Platform Media Sosial	27
4.1.3	Karakteristik dan Perilaku Pengguna Media Sosial	29
4.1.4	Pendapat Pengguna Media Sosial.....	35
4.2	Analisis EFA (<i>Exploratory Factor Analysis</i>)	39
4.2.1	Uji Kelayakan Data	39
4.2.2	Analisis EFA Pendapat Penggunaan Media Sosial	39
4.3	Analisis MCA (<i>Multiple Correspondence Analysis</i>).....	49
4.3.1	Pencarian Nilai Rerata	49
4.3.2	Proses MCA.....	49
4.3.3	<i>Package Library R</i>	50
4.4	Diskusi dan Analisis	51
4.4.1	Platform media sosial yang marak digunakan di Indonesia	51
4.4.2	Profil dan karakteristik pengguna masing-masing platform media sosial.....	51

4.4.3 Pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor-faktor demografis.....	54
BAB 5 Kesimpulan dan Saran.....	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	58
Daftar Pustaka.....	59
LAMPIRAN A.....	63



Daftar Tabel

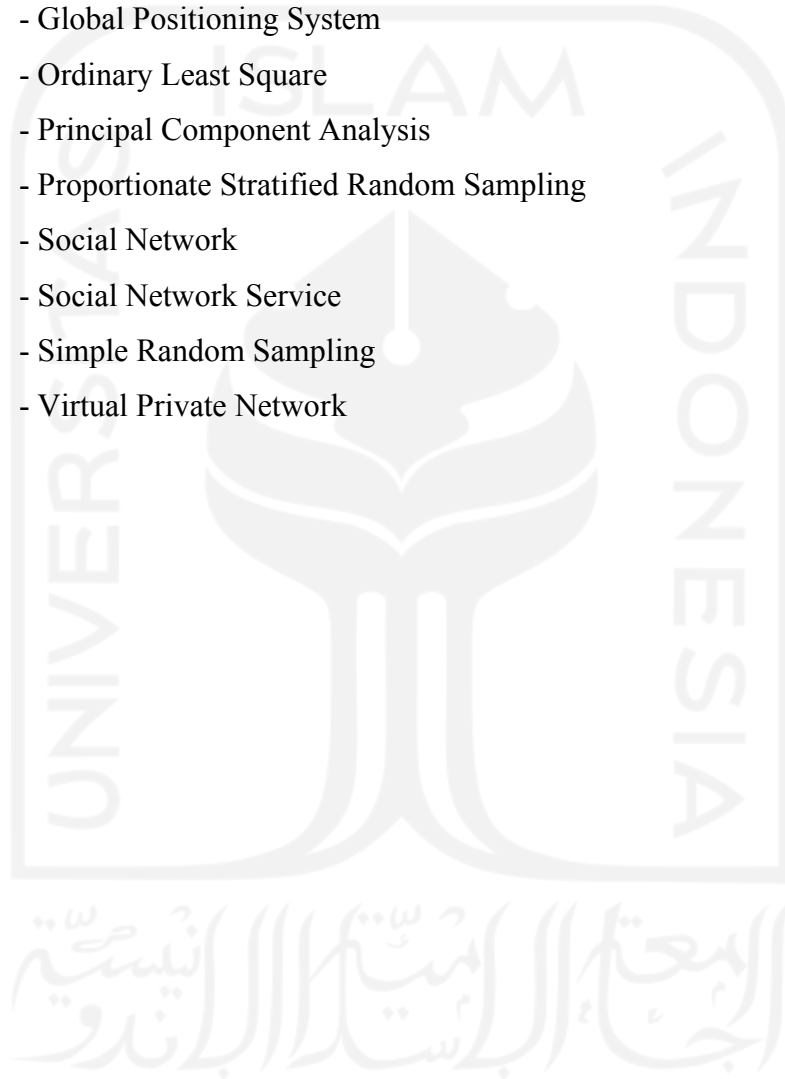
Tabel 2.1 Rangkuman Tinjauan Pustaka	11
Tabel 3.1 Skor -z	18
Tabel 4.1 Demografi Responden	24
Tabel 4.2 <i>Platform</i> Media Sosial	28
Tabel 4.3 Karakteristik dan Perilaku Pengguna Media Sosial	31
Tabel 4.4 Pendapat Penggunaan Media Sosial	36
Tabel 4.5 Uji Kelayakan Data	39
Tabel 4.6 <i>Blueprint</i> Pendapat Pengguna Media Sosial	39
Tabel 4.7 Nilai <i>Loading</i> 0.40 <i>Rotated Component Matrix</i>	41
Tabel 4.8 Nilai <i>Loading</i> 0.50 <i>Rotated Component Matrix</i>	43
Tabel 4.9 Nilai <i>Loading</i> 0.60 <i>Rotated Component Matrix</i>	45
Tabel 4.10 Hasil Analisis EFA Pendapat Penggunaan Media Sosial	47
Tabel 4.11 Ringkasan Hasil MCA Penggunaan Harian	54
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil MCA Penggunaan Rutin	55

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Konten internet yang sering diakses (APJII, 2022).....	3
Gambar 1.2 Tingkat penetrasi dan kontribusi internet berdasarkan pekerjaan dan tingkat pendidikan (APJII, 2022).	3
Gambar 2.1 Jumlah Pengguna Jejaring Sosial dari 2017 sampai 2025 (Clement, 2020)....	15
Gambar 3.1 Langkah-langkah Penelitian.	22
Gambar 4.1 Grafik Demografi Jenis Kelamin, Usia, Domisili dan Daerah Asal.....	26
Gambar 4.2 Grafik Pendidikan Terakhir, Sektor Pekerjaan, Bidang Pekerjaan dan Pendapatan Bulanan.	27
Gambar 4.3 Grafik <i>Platform</i> Pengguna Media Sosial.....	29
Gambar 4.4 <i>Classification</i> MCA Pengguna Media Sosial Harian.....	52
Gambar 4.5 <i>Classification</i> MCA Pengguna Media Sosial Rutin.....	52

Glosarium

APJII	- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
CA	- Cluster Analysis
CL	- Confidence Level
CN	- Communication Network
DSRS	- Disproportionate Stratified Random Sampling
GPS	- Global Positioning System
OLS	- Ordinary Least Square
PCA	- Principal Component Analysis
PSRS	- Proportionate Stratified Random Sampling
SN	- Social Network
SNS	- Social Network Service
SRS	- Simple Random Sampling
VPN	- Virtual Private Network



BAB 1

Pendahuluan

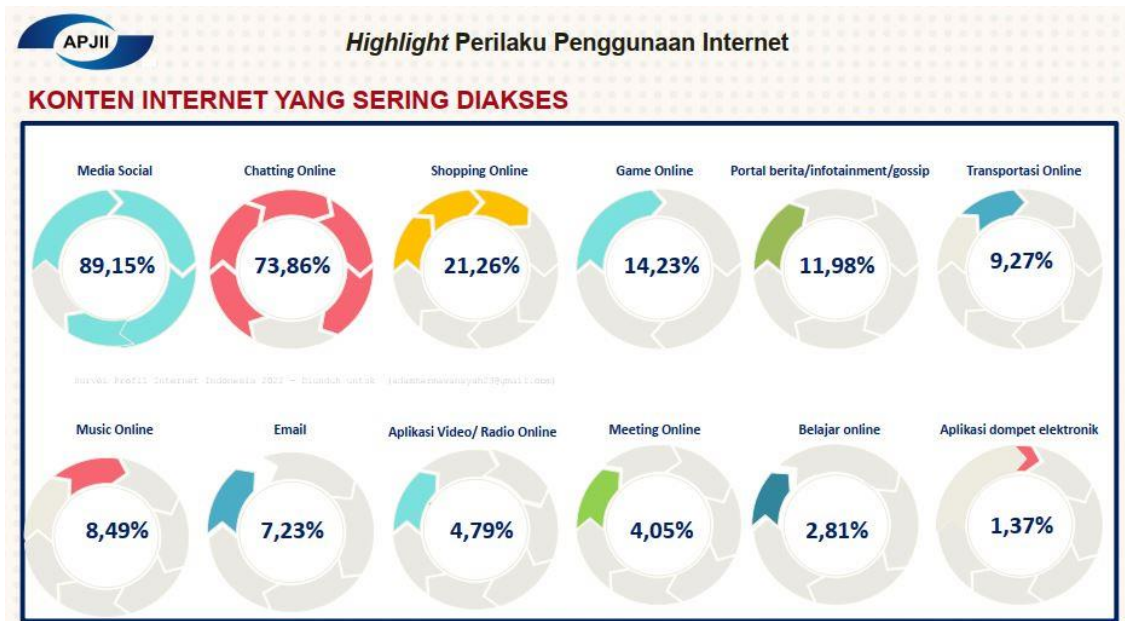
1.1 Latar Belakang

Media dan komunikasi merupakan hal yang penting dalam menyebarkan dan menyalurkan informasi. Dalam kehidupan sehari-hari setiap individu dapat menghabiskan waktunya dengan mengakses media sosial, menonton televisi, mendengarkan musik, membaca berita melalui media elektronik, majalah ataupun buku. Dengan kondisi tersebut memberikan gambaran bahwa setiap individu dapat menghabiskan waktunya untuk melakukan aktivitas dengan mengkonsumsi berbagai macam bentuk media. Semakin berkembangnya teknologi informasi menyebabkan penyebaran informasi semakin dengan cepat berkembang, salah satunya dengan munculnya media sosial. Sebagian besar aktivitas yang dilakukan dalam kehidupan masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan mengakses layanan internet. Penggunaan media sosial dalam kehidupan dapat memudahkan setiap individu untuk menerima dan menyebarkan informasi dengan cepat (Arianti, 2017).

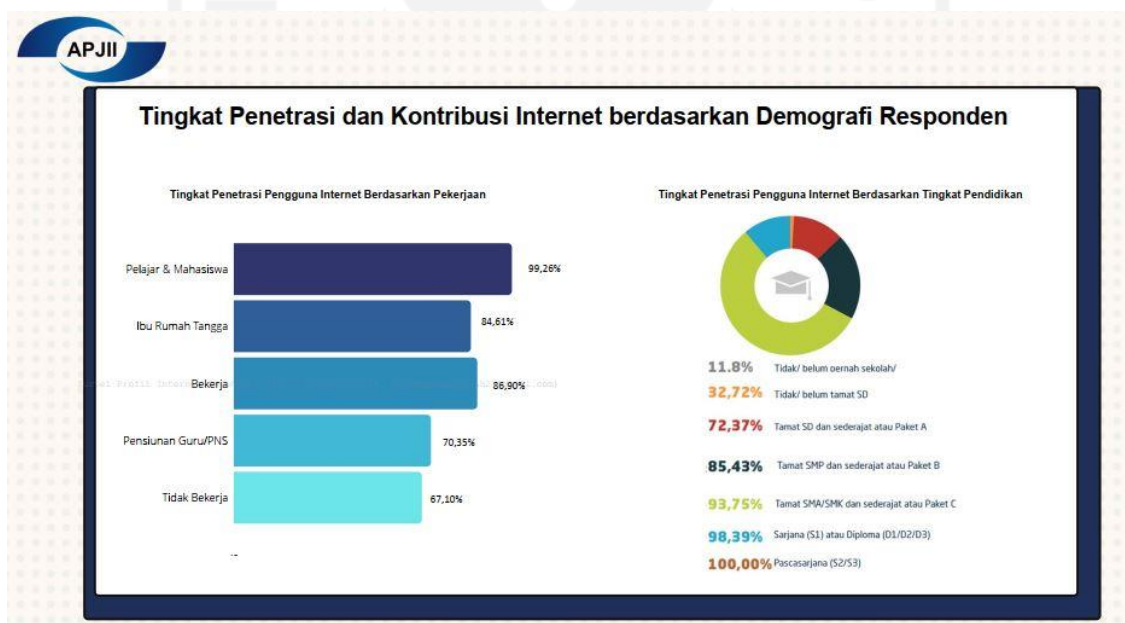
Media sosial pada awal dibentuk dianggap sebagai salah satu dari berbagai macam media komunikasi seperti surat, kartu pos, telepon, poster, spanduk, papan pengumuman dan lain-lain. Media sosial pada umumnya adalah sebuah media yang digunakan untuk melakukan sosialisasi antar individu untuk dapat berhubungan baik secara personal, kelompok dan lain sebagainya. Istilah yang sering disebut dalam menggunakan media sosial adalah *Social Network* (SN), *Social Network Service* (SNS), dan *Communication Network* (CN). Secara garis besar media sosial dan jaringan sosial menggunakan sistem yang sama untuk melakukan komunikasi yaitu dengan media daring yang terhubung dengan internet. Dengan melakukan interaksi menggunakan media sosial terdapat banyak individu yang melakukan komunikasi dan saling terhubung antara satu sama lain tanpa dibatasi dengan kondisi geografis, ruang, bahkan waktu (Bimo, 2017).

Pada awal perkembangannya, media sosial di Indonesia mulai dengan cepat berkembang mengikuti perkembangan akses internet pada para pengguna di Indonesia, ditambah dengan perkembangan infrastruktur internet di Indonesia seperti meningkatnya akses wifi, jaringan fiber dan lain sebagainya. Menurut APJII pada tahun 2022 terdapat 210,026,769 juta jiwa masyarakat Indonesia yang terhubung dengan jaringan internet dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 272,682,600 juta jiwa yaitu sebesar 77,02% dan

sebanyak 89,15% aktivitas yang dilakukan pengguna dengan mengakses layanan media sosial seperti Facebook 68,36% dan Youtube 63,02%, adapun media *chatting online* memiliki persentase sebesar 73,86% dan layanan yang sering diakses seperti Whatsapp 98,07% dan Facebook Messenger 47,12% dan lain-lain (APJII, 2022). Survei yang dilakukan oleh APJII (2022) menjabarkan karakteristik pengguna layanan internet di Indonesia berdasarkan pekerjaan, pengguna internet di Indonesia yang bersatus sebagai pelajar dan mahasiswa memiliki persentase paling tinggi yaitu sebesar 99,26% dari total pengguna layanan internet di Indonesia, diikuti dengan ibu rumah tangga sebesar 84,61%, bekerja sebesar 86,90%, pensiunan guru atau PNS sebesar 70,35% dan yang belum memiliki pekerjaan sebesar 67,10%. Sedangkan bila digolongkan berdasarkan usia, pengguna internet dengan usia 13-18 tahun memiliki persentase paling tinggi sebesar 99,16%, usia 19-34 tahun sebesar 98,64%, usia 35-54 tahun sebesar 87,30%, usia 5-12 tahun sebesar 62,43% dan usia 55 tahun ke atas sebesar 51,73%. Adapun bila digolongkan berdasarkan tingkat pendidikan, pengguna internet di Indonesia dengan tingkat pendidikan pascasarjana (S2/S3) memiliki persentase paling tinggi yaitu sebesar 100% dari total pengguna layanan internet di Indonesia, diikuti dengan Sarjana (S1) atau Diploma (D1/D2/D3) sebesar 98,39%, tamat SMA/SMK dan sederajat sebesar 93,75%, tamat SMP dan sederajat sebesar 85,43%, tamat SD dan sederajat sebesar 72,37%, tidak tamat SD sebesar 32,73% dan pengguna yang belum pernah sekolah sebesar 11,8%. Hal ini menunjukkan bahwa remaja merupakan konsumen potensial pengguna layanan internet di Indonesia, penggunaan internet tersebut membuktikan bahwa sebagian besar media yang digunakan oleh masing-masing individu untuk melakukan komunikasi adalah dengan menggunakan layanan internet. Salah satu layanan yang dapat digunakan dengan memanfaatkan internet adalah media sosial. Media sosial adalah sebuah media *online* yang memungkinkan pengguna dapat saling berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain tanpa batas, dengan memanfaatkan media sosial informasi dapat dengan cepat dan mudah untuk diperoleh. Adapun konten internet yang sering diakses dapat ditunjukkan pada Gambar 1.1 dan tingkat penetrasi dan kontribusi internet berdasarkan sektor pekerjaan dan tingkat pendidikan dapat ditunjukkan pada Gambar 1.2.



Gambar 1.1 Konten internet yang sering diakses (APJII, 2022).



Gambar 1.2 Tingkat penetrasi dan kontribusi internet berdasarkan pekerjaan dan tingkat pendidikan (APJII, 2022).

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2020) dengan menggunakan metode MCA (*Multiple Correspondence Analysis*) menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi pendidikan secara teratur akan menghabiskan waktu lebih dari lima jam di perangkat seluler setiap hari sedangkan lebih sering menggunakan game seluler dapat menyebabkan lebih banyak waktu yang dihabiskan dari penggunaan perangkat seluler. Selain itu, menurut

Pratama (2018) ditemukan lima prediktor signifikan dari waktu yang dihabiskan oleh mahasiswa dengan penggunaan perangkat seluler yaitu penggunaan aplikasi media sosial secara teratur, status sosial ekonomi, sikap negatif terhadap adopsi teknologi informasi, penggunaan game seluler secara teratur dan jenis kelamin. Dalam penelitian lainnya mengungkapkan bahwa motivasi seseorang untuk berbagi informasi pada media sosial konsisten pada jenis informasi yang sensasional, politis, kasual, dan informasi politis, yaitu untuk berbagi kesan pengguna media sosial tentang suatu hal. Motivasi pribadi adalah untuk menjaga hubungan atau persahabatan seseorang. Selain itu, motivasi yang paling kurang cocok dengan pengguna media sosial di Indonesia adalah agar lebih dikenal (Ghaisani, Handayani & Munajat, 2017). Kemudian, remaja adalah pengguna media sosial yang menggunakan obrolan grup sebagai sarana komunikasi pribadi. Mereka mengabaikan konteks di mana obrolan grup merupakan area publik yang artinya setiap pengguna dapat mengakses dan menafsirkan konten pesan itu sendiri (Susilo & Putranto, 2018). Media sosial sangat fleksibel, dapat diakses dari mana saja, kapan saja, dan dilengkapi dengan fitur-fitur interaktif seperti *direct message*, *messenger*, dan lainnya, sehingga memudahkan pengguna untuk mencari informasi yang lebih mendalam (Damanik, Wachyuni, Wiweka & Setiawan, 2019). Penggunaan media sosial menunjukkan euforia perguruan tinggi dalam memanfaatkan media sosial sebagai salah satu saluran komunikasi kepada masyarakat, mahasiswa dan calon mahasiswa. Semua universitas menggunakan halaman Facebook, LinkedIn, Twitter dan Youtube. Media sosial telah digunakan untuk melakukan aktivitas sehari-hari di Facebook dan Twitter (Meyliana, Hidayanto & Budiardjo, 2016). Karena media sosial terus berkembang, penting untuk diperhatikan bahwa perubahan teknologi telah menciptakan konvergensi fungsi dan fitur yang banyak di layanan media sosial. Misalnya, berbagi foto dan *chatting* di Facebook menjadi aktivitas populer di layanan media sosial saat ini. Integrasi dan adopsi beberapa fungsi pada satu layanan tunggal mungkin secara bertahap mengubah persepsi pengguna tentang karakteristik *platform* media sosial tersebut (Chan-Olmsted, Cho & Lee, 2013). Faktor yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan media sosial adalah karena terdapat manfaat yang dirasakan, karena menurut mereka fitur media sosial bermanfaat bagi mereka dalam menyelesaikan kegiatan terkait media sosial. Hal tersebut disebabkan oleh fitur media sosial yang mudah digunakan dan menyenangkan, meskipun belum ada petunjuk atau penjelasan yang jelas mengenai fitur-fiturnya. Selain itu, pengguna menggunakan media sosial karena sesamanya (teman) juga menggunakan media sosial sehingga dapat bermanfaat bagi mereka untuk berkomunikasi dengan temannya. Namun, pengguna menilai media sosial tidak bisa dipercaya karena tidak

menjamin keamanan profil dan postingan mereka. Oleh karena itu, faktor ini tidak mempengaruhi niat untuk menggunakan media sosial (Kusyanti, Puspa, Rahma & April, 2018). Meskipun pengguna menyadari risiko kehilangan informasi dengan menggunakan media sosial Facebook, hal itu tidak mempengaruhi niat mereka untuk menggunakan *platform* media sosial Facebook (Kusyanti, Puspitasari, Ayu Catherina & Lia Sari, 2017). Dari beberapa penelitian tersebut belum menunjukkan adanya pembahasan yang mengungkapkan bagaimana karakteristik perilaku pengguna media sosial di Indonesia. Selain itu, penelitian yang ada tentang masalah privasi sebagian besar terkonsentrasi di Amerika Serikat (Bélanger & Crossler, 2011). Alih-alih membandingkan dengan Amerika Serikat, penelitian ini berfokus pada masalah karakteristik perilaku pengguna media sosial yang menjadi perhatian pengguna internet di Indonesia yang memiliki faktor sosial, budaya, demografi, dan lingkungan yang berbeda dengan Amerika Serikat.

Untuk mengetahui *platform* media sosial yang marak penggunaannya di Indonesia, bagaimana profil dan karakteristik pengguna masing-masing *platform* media sosial yang marak digunakan di Indonesia dan bagaimana pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor-faktor demografis lainnya terhadap penggunaan media sosial di Indonesia, maka penelitian ini dilakukan analisis terhadap profil dan karakteristik pengguna media sosial di Indonesia. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu agar dapat mengetahui *platform* media sosial apa saja yang marak digunakan di Indonesia, agar dapat mengetahui bagaimana profil dan karakteristik pengguna masing-masing *platform* media sosial yang marak digunakan di Indonesia dan agar dapat memahami tentang bagaimana pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor-faktor demografis lainnya terhadap penggunaan media sosial di Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan inferensial. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan MCA (*Multiple Correspondence Analysis*). Penggunaan metode EFA dalam penelitian ini digunakan untuk merancang model struktur dengan melakukan identifikasi korelasi antara variabel laten tentang pendapat penggunaan media sosial dari masing-masing responden dan variabel yang diamati yaitu item tentang pendapat pengguna media sosial dari masing-masing responden. Hasil dari analisis EFA tentang pendapat penggunaan media sosial digunakan sebagai *supplementary variables* untuk melihat perbedaan karakteristik antar kluster dalam penelitian ini. Sedangkan dalam penelitian ini metode MCA digunakan untuk mengetahui bagaimana profil dan karakteristik pengguna masing-masing *platform* media sosial yang marak di Indonesia dan bagaimana pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin,

tingkat pendidikan dan faktor-faktor demografis lainnya terhadap penggunaan media sosial di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan yang telah disampaikan tersebut, maka dalam penelitian ini penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. *Platform* media sosial apa saja yang marak digunakan di Indonesia?
2. Bagaimana profil dan karakteristik pengguna masing-masing *platform* media sosial yang marak digunakan di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor-faktor demografis lainnya terhadap penggunaan media sosial di Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menjaga fokus dalam penelitian ini, ada beberapa batasan masalah yang perlu diperhatikan. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari topik bahasan, maka berikut batasan masalah dari penelitian ini.

1. Survei yang dilakukan secara *online* pada rentang waktu tertentu, dari tanggal 7 Maret 2020 sampai tanggal 18 Juli 2020.
2. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak RStudio.
3. Responden dalam penelitian ini minimal berusia 13 Tahun.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Agar dapat mengetahui *platform* media sosial apa saja yang marak digunakan di Indonesia.
2. Agar dapat mengetahui bagaimana profil dan karakteristik pengguna masing-masing *platform* media sosial yang marak digunakan di Indonesia.
3. Agar dapat memahami tentang bagaimana pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor-faktor demografis lainnya terhadap penggunaan media sosial di Indonesia.

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari berbagai sudut pandang sebagai berikut:

1. Penulis: dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta melatih dalam melakukan penelitian (termasuk dalam penulisan karya ilmiah).

2. Responden: dapat menambah wawasan baru terkait dengan penggunaan layanan media sosial.
3. Universitas dan para peneliti: dapat menjadi pintu gerbang baru untuk penelitian lanjutan atau baru terkait dengan topik tentang pengguna media sosial.



BAB 2

Tinjauan Pustaka

2.1 Pendahuluan

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Breitinger, Tully-Doyle & Hassenfeldt (2020) yang meneliti tentang “*A survey on smartphone user’s security choices, awareness and education*” pada penelitian ini terdapat permasalahan yang menjawab pertanyaan seperti Apakah pengguna ponsel pintar memilih pengaturan kunci (layar) yang sesuai pada ponsel mereka? Apakah pengguna ponsel cerdas mengikuti praktik keamanan yang baik untuk melindungi data pada ponsel cerdas mereka (selain pengaturan kunci)? Apakah pengguna ponsel pintar memiliki perbedaan dalam perilaku dan pilihan keamanan untuk *desktop* mereka (dibandingkan dengan ponsel pintar mereka)? Apakah pengguna ponsel pintar lebih berhati-hati tentang keamanan keras dari pada keamanan lunak misalnya perlindungan dari mendapatkan akses fisik ke telepon, melindungi data dan privasi? Untuk menjawab pertanyaan pertama hasil dari penelitian ini mengemukakan bahwa mayoritas pengguna menggunakan pengaturan yang sesuai tetapi ada ruang untuk perbaikan, kedua sebagian besar pemilik ponsel cerdas tidak menggunakan perangkat lunak untuk melindungi ponsel mereka seperti penggunaan *VPN* saat terhubung langsung ke *wifi* publik yang merupakan masalah utama, ketiga pada penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa individu lebih cenderung menggunakan aplikasi keamanan di *desktop* mereka dibandingkan dengan ponsel pintar, keempat hasil penelitian mengemukakan bahwa mayoritas pengguna kurang berhati-hati dalam hal praktik keamanan lunak pada ponsel mereka yaitu menggunakan akses *wifi* publik atau mematikan *GPS* dan *bluetooth* yang bisa memiliki banyak celah keamanan pada ponsel pintar. Penelitian ini melakukan survei dengan mengumpulkan informasi demografis umum, dasar-dasar telepon pribadi, pertanyaan tentang perangkat yang dicuri, pertanyaan keamanan siber, informasi yang tersimpan, informasi ponsel pintar dengan laptop, pengaturan kunci perangkat, dan komentar. Survei yang dilakukan didistribusikan melalui situs media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr*, dan *LinkedIn* serta forum-forum seperti *Quora*, *Reddit*, *AskMe*, dan *theGradCafe*. Data yang diperoleh melalui sistem survei dalam penelitian ini dianalisis menggunakan probabilitas statistik dan perbandingan silang berbagai pertanyaan dalam paket perangkat lunak statistik SPSS.

Penelitian yang dilakukan oleh Arianti (2017) tentang “Kepuasan Remaja Terhadap Pengguna Media Sosial Instagram dan Path” menyatakan bahwa faktor-faktor yang

memengaruhi kepuasan pengguna media sosial terdiri dari interaksi sosial, mencari informasi, menghabiskan waktu, hiburan, relaksasi, kegunaan berkomunikasi dan kenyamanan. Tingkat kepuasan pengguna media sosial paling tinggi berada pada pengguna instagram di kalangan mahasiswa, sedangkan tingkat kepuasan paling rendah berada pada kepuasan pengguna path di kalangan siswa SMA. Atribut yang dirasa kurang pengaruhnya untuk meningkatkan kepuasan pengguna media sosial adalah berinteraksi dengan orang yang memiliki hobi yang sama, menemukan sahabat baru, bergabung dengan komunitas, berinteraksi dengan idola, serta melakukan transaksi jual beli. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kualifikasi pengukuran. Pendekatan ini digunakan untuk meneliti masalah yang bersifat kuantitas (Sugiyono, 2009).

Pada penelitian yang lain oleh Pamungkas & Zuhroh (2016) yang meneliti tentang pengaruh promosi di media sosial dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian tersebut yang dilakukan adalah mengukur pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, promosi melalui media sosial dan *worth of mouth* dijadikan sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Skala pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *bipolar adjective* yang merupakan penyempurnaan dari *semantic scale* dengan harapan agar respon yang dihasilkan dapat merupakan *intervally scaled data* (Ferdinand, 2006). Hasil pengujian hipotesis dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial dan *worth of mouth* merupakan cara yang sangat efektif dan efisien dalam hal penyebaran informasi. Konsumen akan mengumpulkan berbagai informasi sebelum memutuskan membeli atau mengkonsumsi suatu produk.

Pada penelitian yang berjudul tentang hubungan durasi penggunaan media sosial dengan kejadian insomnia pada remaja di SMA Negeri 9 Manado. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa durasi penggunaan media sosial tertinggi pada responden adalah pada durasi sedang antara 3 sampai 4 jam, kejadian insomnia pada responden terbanyak adalah insomnia ringan, dan terdapat hubungan antara durasi penggunaan sosial media dengan kejadian insomnia, bahwa semakin lama waktu penggunaan sosial media semakin tinggi tingkat kejadian insomnia (Syamsuudin, Bidjuni & Wowiling, 2015).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ramdhani (2016) yang meneliti tentang pengaruh sosial media *Facebook* terhadap prestasi belajar mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang mengemukakan bahwa hasil dari penelitiannya yaitu

pengaruh isi atau konten dari *Facebook*, intensitas membuka *Facebook* dan kelompok pergaulan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap prestasi belajar mahasiswa. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu survei eksplanatori untuk menjelaskan hubungan sebab akibat dan pengujian hipotesis (Singarimbun, 1985). Metode survei adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data lapangan, menggambarkan dan menganalisis data yang pada dasarnya data tersebut kuantitatif dengan bantuan analisis statistika yang relevan, sehingga dapat dibuat kesimpulan dari data tersebut.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Akbar & Faryansyah (2018) yang meneliti tentang pengungkapan diri di media sosial ditinjau dari kecemasan sosial pada remaja. Hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa tidak terdapat pengaruh kecemasan sosial terhadap pengungkapan diri di sosial media pada remaja. Dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa tingkat kecemasan sosial dan pengungkapan diri pada remaja pengguna sosial media masing-masing berbeda dalam kategori tinggi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif korelasional dengan desain penelitian *expost facto*. Penelitian korelasional adalah tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan korelasional antara dua variabel atau lebih (Sangadji & Sopiah, 2010).

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2018) dengan judul penelitian "*Investigating Daily Mobile Device Use among University Students in Indonesia*" di mana hasil dari penelitian ini terdapat lima faktor signifikan dari waktu yang dihabiskan untuk perangkat seluler. Faktor tersebut meliputi penggunaan aplikasi media sosial, status sosial ekonomi, sikap negatif terhadap adopsi teknologi informasi, penggunaan aplikasi *game mobile*, dan jenis kelamin. Wanita, mahasiswa dengan perangkat seluler paling mahal, mahasiswa yang menggunakan aplikasi media sosial setidaknya satu kali dalam seminggu, dan mahasiswa yang bermain *game mobile* setidaknya satu kali dalam seminggu lebih cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di perangkat seluler mereka. Sementara itu, mahasiswa yang memiliki sikap negatif terhadap adopsi teknologi informasi cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di perangkat seluler mereka. Dalam penelitian ini tidak menemukan pengaruh signifikan usia, jurusan, tahun di perguruan tinggi, tempat asal, dan penggunaan aplikasi pendidikan secara teratur terhadap waktu yang dihabiskan untuk perangkat seluler. Hasil dalam penelitian dapat memberikan wawasan yang baik tentang penggunaan perangkat seluler dikalangan mahasiswa di Indonesia. Pada penelitian ini survei *online* dilakukan di Universitas Swasta di Indonesia pada tahun 2016. Sebanyak 182 mahasiswa program sarjana yang terbagi dalam 78 perempuan sekitar 42,86 persen dan 104

laki-laki sekitar 57,14 persen berpartisipasi dalam penelitian ini. Mahasiswa tersebut berasal dari jurusan berbeda yang terdiri dari sains, teknologi, teknik, matematika, kedokteran (STEMM) dan ilmu sosial. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini mencakup statistik deskriptif dan inferensial dalam bentuk regresi OLS. Adapun rangkuman tinjauan pustaka dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Rangkuman Tinjauan Pustaka

No.	Peneliti	Keywords	Ulasan Kritis	Pustaka
1	Arianti, G. (2017)	<i>Social media, uses and gratification theory, satisfaction</i>	Penelitian ini dilakukan dalam ruang lingkup wilayah DKI Jakarta, dan populasi dari penelitian melibatkan remaja dengan rata-rata usia antara 18 sampai 22 tahun dengan asumsi remaja pada tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) dan mahasiswa. Penelitian ini kurang efektif, karena pengguna sosial media pada masa sekarang tidak hanya para remaja tetapi orang dewasa dengan rentang usia di atas	Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Path. <i>WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi</i>

			35 tahun turut berperan dalam penggunaan sosial media.	
2	Pamungkas, B. A., & Zuhroh, Si. (2016)	promosi, media sosial, <i>word of mouth</i> , keputusan pembelian	Metode yang digunakan dalam penelitian ini tidak dijelaskan dengan detail dan hasil dari penelitian tidak dijabarkan dengan detail.	Pengaruh Promosi di Media Sosial dan <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). <i>Jurnal Komunikasi</i>
3	Breitinger, F., Tully-Doyle, R., & Hassenfeldt, C. (2020).	<i>Cybersecurity education, Mobile phone usage, Questionnaire survey, Smartphone security practices, User awareness</i>	Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini tidak di jelaskan dengan detail.	<i>A survey on smartphone user's security choices, awareness and education. Computers and Security</i>
4	Syamsoedin, W. K., Bidjuni, H., & Wowiling, F. (2015)	Media Sosial, Durasi Penggunaan, Remaja, Kejadian Insomnia	Penelitian ini hanya berpusat pada siswa SMA Negeri 9 Manado. Apabila dilakukan pada semua tingkat SMA di Manado dengan mengambil sampel penelitian, maka penelitian ini	Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial Dengan Kejadian Insomnia Pada Remaja Di Sma Negeri 9 Manado. <i>Jurnal Keperawatan UNSRAT</i>

			akan lebih efektif untuk dilakukan.	
5	Ramdhani, M. (2016)	Pengaruh Media Sosial, Prestasi Belajar, Mahasiswa Unsika	Metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini tidak dijelaskan dengan detail. Penelitian yang dilakukan hanya berpusat pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang yang mana kurang efektif untuk diterapkan.	Pengaruh Sosial Media Facebook Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa (UNSIKA) Karawang. <i>Politikom Indonesiana</i>
6	Akbar, Z., & Faryansyah, R. (2018)	<i>Social Anxiety, Self Disclosure, Adolescents</i>	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini tidak dijabarkan dan hasil dari penelitian tidak dijabarkan dengan detail.	Pengungkapan Diri Di Media Sosial Ditinjau Dari Kecemasan Sosial Pada Remaja
7	Pratama, A. R. (2018)	<i>Mobile Device, OLS regression, Students</i>	Pengambilan sampel dalam penelitian ini masih dalam ruang lingkup mahasiswa Universitas Swasta	<i>Investigating Daily Mobile Device Use among University Students in Indonesia. IOP Conference Series: Materials</i>

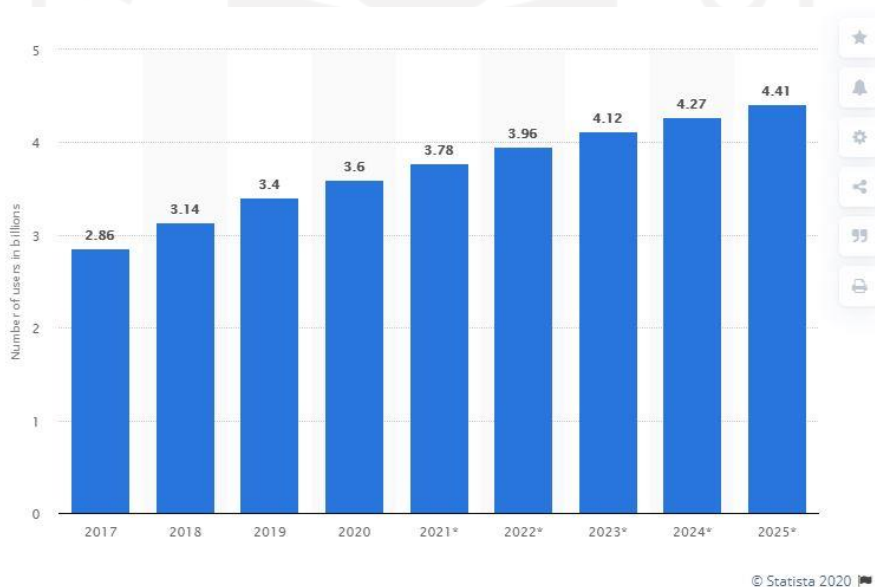
			di Indonesia, pengambilan sampel yang lebih besar dari beberapa Universitas Swasta ataupun Negeri di Indonesia mungkin dapat mengatasi keterbatasan dalam penelitian ini.	<i>Science and Engineering</i>
--	--	--	---	--------------------------------

2.2 Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis layanan internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat masing-masing pengguna, serta telah mengubah kehidupan individu maupun perusahaan pada 1 dekade terakhir (Kaplan & Haenlein, 2010). Faktanya, media sosial telah menjadi bagian yang sangat penting bagi individu dalam berinteraksi dan melakukan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Kaplan & Haenlein (2010) membuat klasifikasi untuk berbagai media sosial berdasarkan ciri-ciri penggunaannya. Dalam penelitiannya media sosial dibagi menjadi enam jenis, yang pertama proyek kolaborasi *website* di mana penggunaannya diizinkan untuk dapat menambah, mengubah, maupun membuang konten-konten yang termuat pada *website* tersebut, seperti wikipedia. Kedua, blog dan *microblog* di mana pengguna mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal dalam blog tersebut, seperti pengalaman, pertanyaan, pernyataan, perasaan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti *twitter*. Ketiga, konten atau isi di mana pengguna didalam media ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti video, foto, gambar, buku elektronik dan lain sebagainya seperti *youtube* dan *instagram*. Keempat, jejaring sosial di mana pengguna media ini memperoleh izin untuk koneksi langsung dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok, atau sosial sehingga dapat terhubung bahkan dapat diakses oleh orang lain, seperti *facebook*. Kelima, *virtual game world* di mana pengguna melalui aplikasi tiga dimensi dapat muncul gambar-gambar yang sesuai dengan keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud gambar juga layaknya di dunia nyata, seperti permainan *game online*. Keenam, *virtual social world* adalah aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada para pengguna

berada dan hidup didunia virtual untuk dapat saling berinteraksi dengan yang lain. Media ini tidak jauh berbeda dengan *virtual game world*, namun media ini lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *second life*.

Penggunaan media sosial adalah salah satu kegiatan *online* paling populer didunia. Pada tahun 2020 diperkirakan individu yang menggunakan media sosial diseluruh dunia mencapai angka 3,6 miliar, jumlah tersebut diproyeksikan akan meningkat menjadi hampir 4,41 miliar pada tahun 2025. Jejaring sosial *facebook* adalah media sosial pertama yang melampaui satu miliar akun terdaftar dan saat ini memiliki sekitar 2,5 miliar pengguna aktif bulanan, dan menjadikan *facebook* sebagai media sosial paling populer diseluruh dunia. Sebagai perbandingan aplikasi yang populer untuk berbagi foto saat ini yaitu *instagram* memiliki satu miliar akun aktif bulanan. Pada bulan juni 2019 media sosial yang banyak diunduh di *app store* yaitu media pesan *online* seperti *whatsapp* dan *facebook messenger*, serta versi aplikasi *facebook* yang selalu populer (Clement, 2020). Adapun grafik jumlah pengguna jejaring sosial yang diproyeksikan akan meningkat sampai pada tahun 2025 ditunjukkan pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Jumlah Pengguna Jejaring Sosial dari 2017 sampai 2025 (Clement, 2020).

Media sosial yang terkemuka biasanya tersedia dalam berbagai bahasa dan memungkinkan pengguna terhubung dengan teman atau melintasi batas geografis, politik, atau ekonomi. Sekitar 3,6 miliar pengguna internet menggunakan media sosial dan angka ini diperkirakan masih akan meningkat karena penggunaan perangkat seluler dan media sosial seluler semakin mendapatkan daya tarik. Jejaring sosial yang populer biasanya menampilkan jumlah akun pengguna yang tinggi atau keterlibatan pengguna yang kuat. Jejaring sosial seperti *facebook* merupakan media sosial pertama yang melampaui 1 miliar pengguna aktif

bulanan, sedangkan media sosial pendatang baru seperti *pinterest* adalah media sosial yang paling cepat diluncurkan secara independen untuk mencapai 10 juta pengunjung setiap bulan. Mayoritas media sosial dengan lebih dari 100 juta pengguna berasal dari Amerika Serikat, tetapi layanan seperti VK atau media sosial China *QZone* dan *Renren* juga telah memiliki daya tarik utama di wilayah masing-masing karena konteks dan konten lokal dari media sosial tersebut. Karena kehadiran yang konstan dalam kehidupan penggunanya, media sosial memiliki dampak sosial yang jelas kuat. Keburaman antara kehidupan *offline* dan *virtual* serta konsep identitas digital dan interaksi sosial *online* adalah beberapa aspek yang muncul dalam diskusi baru-baru ini (Clement, 2020).



BAB 3

Metodologi

3.1 Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui pengisian kuesioner *online* dengan melibatkan responden yang menggunakan media sosial di Indonesia. Pengumpulan data yang digunakan dengan melakukan pengambilan sampel, pengambilan sampel dari populasi pada penelitian menggunakan pengambilan sampel probabilitas. Pengambilan sampel dengan teknik probabilitas adalah teknik pengambilan sampel dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap populasi yang terlibat dalam penelitian untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik pengambilan sampel probabilitas meliputi *Simple Random Sampling* (SRS) merupakan pengambilan sampel sederhana karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang berada dalam populasi tersebut, *Proportionate Stratified Random Sampling* (PSRS) teknik pengambilan sampel ini digunakan pada populasi yang mempunyai unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional, *Disproportionate Stratified Random Sampling* (DSRS) teknik pengambilan sampel ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel bila populasinya berstrata tetapi kurang proporsional, *Cluster Sampling* teknik pengambilan sampel ini digunakan apabila populasi tidak terdiri dari individu-individu, melainkan terdiri dari kelompok-kelompok individu. Teknik pengambilan sampel ini digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas (Hidayat, 2017). Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Cluster Sampling* di mana masing-masing populasi yang terpilih bertindak sebagai *cluster*. Penelitian ini dirancang untuk mengumpulkan informasi demografi umum, kepemilikan gawai, *platform* media sosial yang digunakan dalam satu tahun terakhir, penggunaan media sosial, dan pendapat tentang penggunaan media sosial. Survei yang dilakukan didistribusikan melalui situs media sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, *Telegram* dan *LinkedIn*. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui sistem survei *online* dan di analisis menggunakan probabilitas statistik.

Berikut rumus yang digunakan untuk melakukan perhitungan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini (Survey, 2020).

$$n = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)} \quad (3.1)$$

Di mana n = jumlah sampel minimal yang diperlukan, N = ukuran populasi, e = margin of error, z = skor -z. Skor -z adalah jumlah standar deviasi yang diberikan proporsi yang jauh dari rata-rata. Untuk menemukan skor -z yang tepat untuk digunakan, dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Skor -z

No.	Tingkat Kepercayaan	Skor -z
1	80 %	1.28
2	85 %	1.44
3	90 %	1.65
4	95 %	1.96
5	99 %	2.58

Perhitungan sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu dengan CL 95 % dan *Margin of Error* 5 %, sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan sebesar 385 individu.

3.2 Bahasa Pemrograman R

R adalah bahasa pemrograman dan perangkat lunak untuk analisis statistika dan grafik. Pada awalnya Ross Ihaka dan Robert Gentleman membuat bahasa pemrograman ini di Universitas Auckland, Selandia Baru sebelum di kembangkan oleh R *Development Core Team* sampai sekarang, di mana John Chambers merupakan anggotanya. Bahasa pemrograman ini menyediakan berbagai teknik statistika seperti permodelan linier dan nonlinier, uji statistik klasik, analisis deret waktu, klasifikasi, klusterisasi, dan sebagainya serta grafik dan dapat dikembangkan (R, 2020).

Saat ini R sudah dikenal luas sebagai salah satu *software* untuk analisis data dan *data science*. R dibuat dengan tujuan awal untuk komputasi statistika dan grafis. Awalnya digunakan oleh para ilmuwan dalam riset mereka dan para akademisi. Namun seiring perkembangan teknologi, cakupan kemampuan R sebagai bahasa pemrograman menjadi jauh lebih luas. Dengan menggunakan R pengguna dapat membuat dan *update report* rutin menggunakan R *Markdown*. Pengguna juga dapat membuat aplikasi web interaktif atau *dashboard* dengan *package shiny*. Karena R didesain untuk analisis data dan perkembangan

serta kemampuannya mencakup hampir semua lini dalam analisis data, tidak heran saat ini banyak analis data dan ilmuwan data (*data scientist*) menggunakan R untuk menyelesaikan berbagai masalah mereka (R Core Team, 2022).

Pada penelitian ini bahasa pemrograman R digunakan untuk melakukan analisis data dengan menggunakan metode EFA dan MCA, di mana penggunaan metode EFA dalam penelitian ini digunakan untuk merancang model struktur dengan melakukan identifikasi korelasi antara variabel laten tentang pendapat penggunaan media sosial dari masing-masing responden dan variabel yang diamati yaitu item tentang pendapat penggunaan media sosial dari masing-masing responden. Sedangkan penggunaan metode MCA pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana profil dan karakteristik pengguna masing-masing *platform* media sosial yang marak di Indonesia dan bagaimana pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor-faktor demografis lainnya terhadap penggunaan media sosial di Indonesia.

3.3 RStudio

RStudio adalah lingkungan pengembangan terintegrasi (IDE) untuk bahasa pemrograman R. Fitur pada RStudio terdapat konsol, *editor* penyorotan sintaks yang mendukung eksekusi kode langsung, serta alat untuk merencanakan, riwayat, *debugging* dan manajemen ruang kerja. RStudio tersedia dalam edisi *open source* dan komersial serta dapat berjalan di *desktop* (Windows, Mac, Linux) atau *browser* yang terhubung ke RStudio *Server* atau RStudio *Server Pro* seperti Debian/Ubuntu, Red Hat/CentOS dan SUSE Linux (RStudio, 2020).

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan cara yang digunakan untuk menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang digunakan untuk penelitian (Noor, 2017). Dalam penelitian kuantitatif, analisis dilakukan setelah data dari semua responden atau sumber data lain terkumpul. Analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan untuk menguji hipotesis yang dilakukan (Guritno, 2011). Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis data dengan menggunakan analisis statistik deskriptif dan inferensial. Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan bahasa pemrograman R dengan RStudio sebagai *tools* (alat) untuk melakukan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan

atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2007).

Pada statistik deskriptif ini, akan dikemukakan cara penyajian data dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, diagram lingkaran, pictogram, penjelasan kelompok melalui modus, median, mean, dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku (Sugiyono, 2007).

Statistik inferensial adalah statistik yang menyediakan cara yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencoba menarik kesimpulan yang bersifat umum dari sekumpulan data yang telah disusun dan diolah. Statistik inferensial dalam penerapannya lebih luas dari pada statistik deskriptif mencakup penarikan kesimpulan, penyusunan atau pembuatan dugaan, dan penaksiran atau pendekatan. Statistik inferensial adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya akan digeneralisasikan atau diinferensialkan kepada populasi di mana sampel penelitian diambil. Statistik inferensial terdiri dari dua macam yaitu statistik parametrik dan non parametrik. Statistik parametrik mensyaratkan terpenuhinya banyak asumsi, yaitu tentang kenormalan data, homogenis data, dan datanya berupa interval atau rasio, sebaliknya statistik non parametrik tidak memerlukan asumsi-asumsi tersebut (Rosana & Setyawarno, 2016).

Terdapat berbagai macam analisis statistik inferensial seperti *Principal Component Analysis* (PCA) adalah sebuah cara untuk mengidentifikasi pola pada data dan kemudian mengekspresikan data tersebut ke bentuk yang lain untuk menunjukkan perbedaan dan persamaan antar pola. Adapun tujuan dari PCA adalah untuk mereduksi dimensi yang besar dari ruang data (*observed variables*) menjadi dimensi yang lebih kecil dari ruang fitur (*independent variables*), yang dibutuhkan untuk mendeskripsikan data lebih sederhana. Ruang fitur adalah ciri yang digunakan sebagai kriteria dalam pengklasifikasian (Lim, Raymond & Kartika, 2002).

Cluster Analysis (CA) adalah analisis multi variat yang umumnya digunakan untuk mengelompokkan objek berdasarkan jarak atau kesamaan karakteristik objek yang akan dikelompokkan. CA mengklasifikasikan objek sehingga objek yang serupa akan dikelompokkan dalam klaster yang sama sesuai dengan kriteria yang digunakan (Kazi dkk, 2009).

EFA (*Exploratory Factor Analysis*) adalah metode analisis statistik yang digunakan untuk merancang model dengan mengidentifikasi korelasi antara variabel laten dan variabel yang diamati atau diukur. Variabel laten tidak dapat diukur secara langsung. Oleh karena itu,

beberapa indikator diperlukan untuk mewakili. Variabel yang diamati atau diukur dapat langsung diukur dan digunakan sebagai indikator untuk variabel laten (Natalya, Mashuri, & Siaputra, 2016).

Teknik analisis MCA (*Multiple Correspondence Analysis*) merupakan perluasan dari analisis korespondensi untuk kasus lebih dari dua variabel kategori. MCA adalah metode visualisasi data yang digunakan untuk mengetahui hubungan dan pola antara beberapa variabel yang bersifat kategorik (Greenacre & Blasius, 2006). Adapun teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis EFA dan MCA.

3.4.1 Teknik Analisis EFA

Metode analisis EFA dilakukan untuk mengetahui pola pengelompokan indikator (Natalya, 2016). Penggunaan metode EFA dalam penelitian ini digunakan untuk merancang model struktur dengan melakukan identifikasi korelasi antara variabel laten tentang pendapat penggunaan media sosial dari masing-masing responden dan variabel yang diamati yaitu item tentang pendapat penggunaan media sosial dari masing-masing responden. Hasil dari analisis EFA tentang pendapat penggunaan media sosial digunakan sebagai *supplementary variables* untuk melihat perbedaan karakteristik antar kluster dalam penelitian ini.

3.4.2 Teknik Analisis MCA

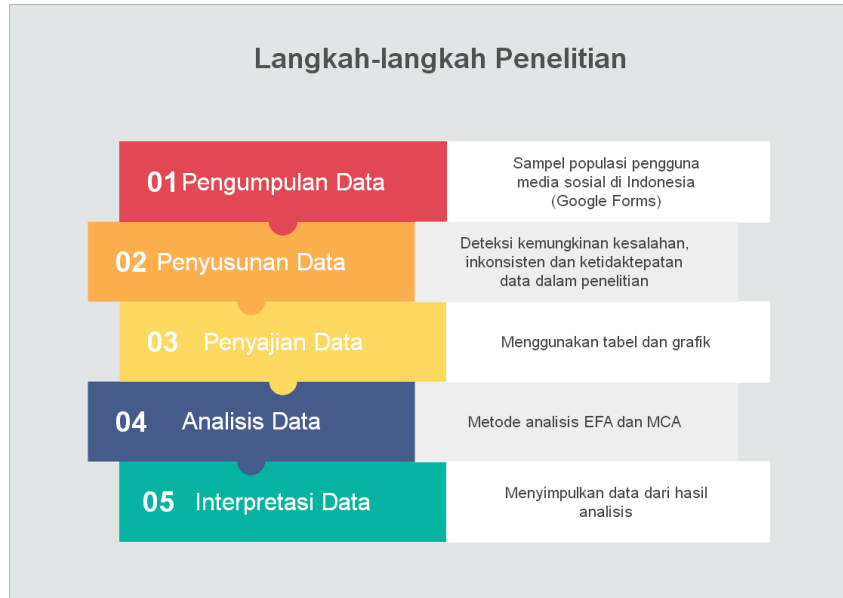
MCA adalah metode visualisasi data yang digunakan untuk mengetahui hubungan dan pola antara beberapa variabel yang bersifat kategorik (Greenacre & Blasius, 2006). MCA digunakan untuk menentukan karakteristik penciri dari kelompok yang terbentuk. Karakteristik tersebut dapat dilihat dari kedekatan antara variabel dependen dan variabel independen dalam plot korespondensi berganda. Dalam penelitian ini metode MCA digunakan untuk mengetahui bagaimana profil dan karakteristik pengguna masing-masing *platform* media sosial yang marak di Indonesia dan bagaimana pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor-faktor demografis lainnya terhadap penggunaan media sosial di Indonesia.

3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini ditempuh dalam waktu lima bulan mulai dari Maret hingga Juli 2020 dengan mengumpulkan data penggunaan media sosial dari masing-masing responden melalui *Google Forms*. *Forms* survei penulis bagikan kepada responden melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram* dan *LinkedIn*.

3.6 Langkah-langkah Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian ini. Adapun tahapan langkah-langkah pada penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Langkah-langkah Penelitian.

3.6.1 Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian dengan melakukan pengambilan sampel pengguna media sosial di Indonesia melalui *Google Forms*, kuesioner pengambilan sampel penulis didistribusikan melalui situs media sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, *Telegram* dan *LinkedIn*.

3.6.2 Penyusunan Data

Pada bagian ini data mentah yang didapat hasil hari survei penulis melakukan perubahan pada data untuk menghilangkan berbagai kesalahan yang terjadi pada data, kemudian data tersebut diklasifikasikan kedalam beberapa kelas data untuk setiap nama variabel yang sesuai. Kemudian data tersebut penulis deskripsikan dalam bentuk agar mudah dibaca untuk keperluan analisis lebih lanjut.

3.6.3 Penyajian Data

Pada bagian ini penulis melakukan penyajian data agar lebih mudah dibaca dan dipahami, dan dapat memberikan visual yang menarik. Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tabel dan grafik.

3.6.4 Analisis Data

Pada bagian ini penulis menghitung atau mengukur nilai rata-rata dari data, standar deviasi dan bentuk distribusi data. Untuk keperluan analisis lebih lanjut penulis melakukan uji kelayakan pada data apakah data memenuhi syarat untuk dilakukan analisis lebih lanjut atau tidak, adapun metode uji kelayakan data dalam penelitian ini yang penulis gunakan yaitu pengujian *Bartlett's Test Sphericity*. Adapun metode analisis statistik yang penulis gunakan yaitu metode EFA dan MCA.

3.6.5 Interpretasi Data

Pada bagian ini data yang sudah dilakukan analisis kemudian akan diambil kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis.



BAB 4

Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Statistik Deskriptif

Analisis Deskriptif yang dilakukan untuk memberikan gambaran tentang data survei yang dimiliki penulis dalam penelitian ini. Temuan yang diperoleh melalui statistik deskriptif pada penelitian disajikan pada bagian berikut. Persentase mengacu pada tanggapan sampel untuk setiap pertanyaan responden atau individu. Ada beberapa pertanyaan yang dijawab dengan opsional dan oleh karena itu jumlah data dari responden dalam penelitian ini bervariasi.

Terdapat 412 data yang terkumpul dalam survei yang dilakukan pada penelitian ini, kecuali pertanyaan tentang “Anda berbagi media sosial kepada?” yang terkumpul sebanyak 320 data karena pertanyaan ini bersifat opsional. Karena hasil pada bagian ini deskriptif maka hasil tersebut dapat dilihat secara detail dengan mengacu pada sampel yang didapatkan dari hasil survei.

4.1.1 Demografi

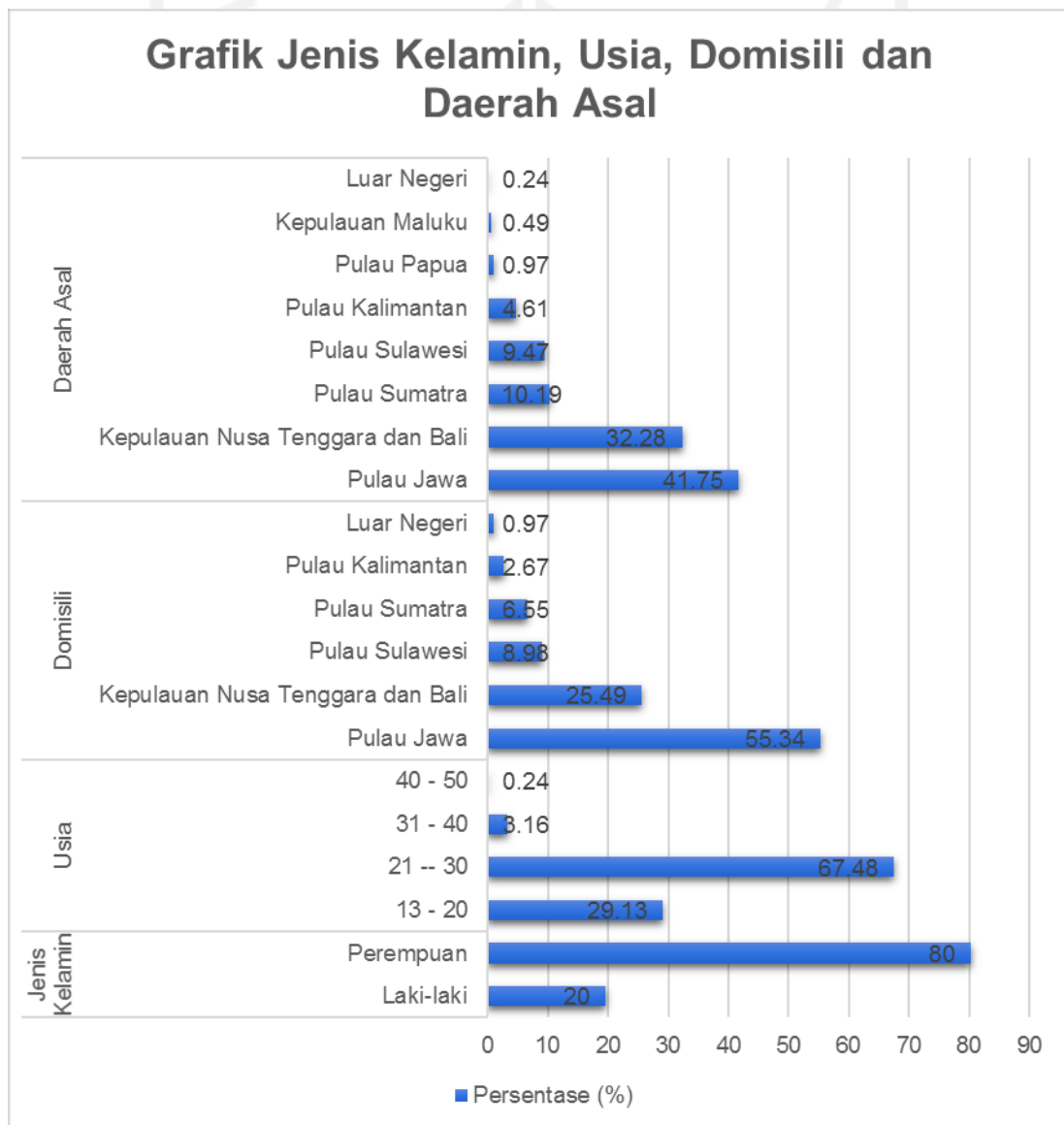
Data tentang demografi penulis tampilkan pada Tabel 4.1. Mayoritas responden pada survei yang dilakukan dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan. Usia responden dalam penelitian ini paling tinggi yaitu antara 40 sampai 50 Tahun sedangkan usia terendah yaitu 13 sampai 20 Tahun. Responden pada penelitian ini didominasi oleh responden yang berdomisili dan berasal dari pulau Jawa dan Kepulauan Nusa Tenggara dan Bali. Pendidikan terakhir responden paling banyak dalam penelitian ini yaitu SMA dan Sarjana. Penelitian ini didominasi oleh responden yang belum memiliki sektor pekerjaan dan masih berstatus sebagai mahasiswa atau pelajar. Adapun tabel demografi responden dapat dilihat pada Tabel 4.1 dan grafik demografi responden dapat ditunjukkan pada Gambar 4.1 dan 4.2.

Tabel 4.1 Demografi Responden

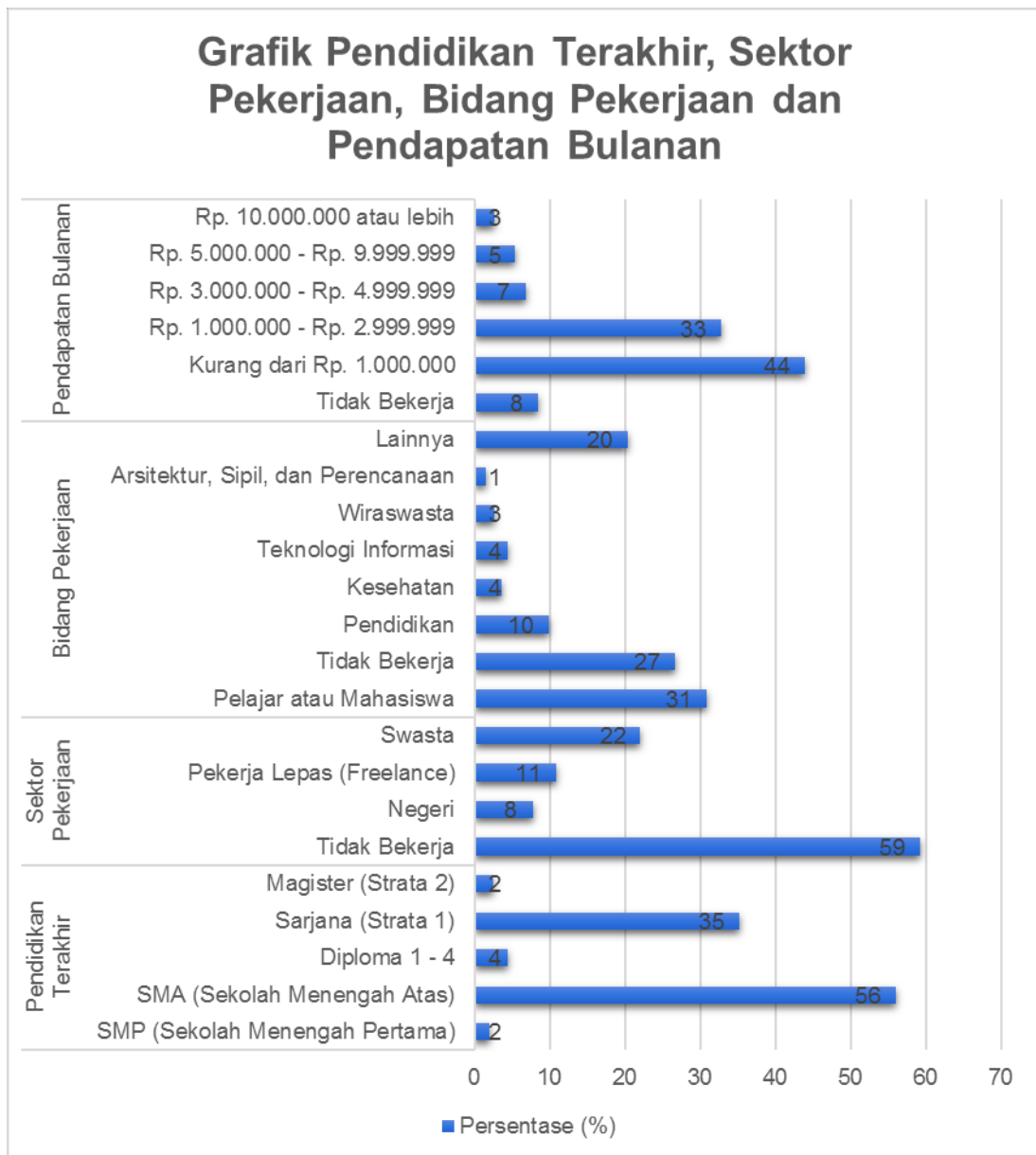
Variabel	Kategori	Jumlah (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	81 (20%)
	Perempuan	331 (80%)
Usia	13 - 20	120 (29.13%)
	21 - 30	278 (67.48%)

	31 - 40	13 (3.16%)
	40 - 50	1 (0.24%)
Domisili	Pulau Jawa	228 (55.34%)
	Kepulauan Nusa Tenggara dan Bali	105 (25.49%)
	Pulau Sulawesi	37 (8.98%)
	Pulau Sumatra	27 (6.55%)
	Pulau Kalimantan	11 (2.67%)
	Luar Negeri	4 (0.97)
Daerah Asal	Pulau Jawa	172 (41.75%)
	Kepulauan Nusa Tenggara dan Bali	133 (32.28%)
	Pulau Sumatra	42 (10.19%)
	Pulau Sulawesi	39 (9.47%)
	Pulau Kalimantan	19 (4.61%)
	Pulau Papua	4 (0.97%)
	Kepulauan Maluku	2 (0.49%)
	Luar Negeri	1 (0.24%)
Pendidikan Terakhir	SMP (Sekolah Menengah Pertama)	8 (2%)
	SMA (Sekolah Menengah Atas)	231 (56%)
	Diploma 1 - 4	18 (4%)
	Sarjana (Strata 1)	145 (35%)
	Magister (Strata 2)	10 (2%)
Sektor Pekerjaan	Tidak Bekerja	244 (59%)
	Negeri	32 (8%)
	Pekerja Lepas (Freelance)	45 (11%)
	Swasta	91 (22%)
Bidang Pekerjaan	Pelajar atau Mahasiswa	127 (31%)
	Tidak Bekerja	110 (27%)
	Pendidikan	41 (10%)
	Kesehatan	15 (4%)
	Teknologi Informasi	18 (4%)

	Wiraswasta	11 (3%)
	Arsitektur, Sipil, dan Perencanaan	6 (1%)
	Lainnya	84 (20%)
Pendapatan Bulanan	Tidak Bekerja	35 (8%)
	Kurang dari Rp. 1.000.000	181 (44%)
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.999.999	135 (33%)
	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.999.999	28 (7%)
	Rp. 5.000.000 - Rp. 9.999.999	22 (5%)
	Rp. 10.000.000 atau lebih	11 (3%)



Gambar 4.1 Grafik Demografi Jenis Kelamin, Usia, Domisili dan Daerah Asal.



Gambar 4.2 Grafik Pendidikan Terakhir, Sektor Pekerjaan, Bidang Pekerjaan dan Pendapatan Bulanan.

4.1.2 Platform Media Sosial

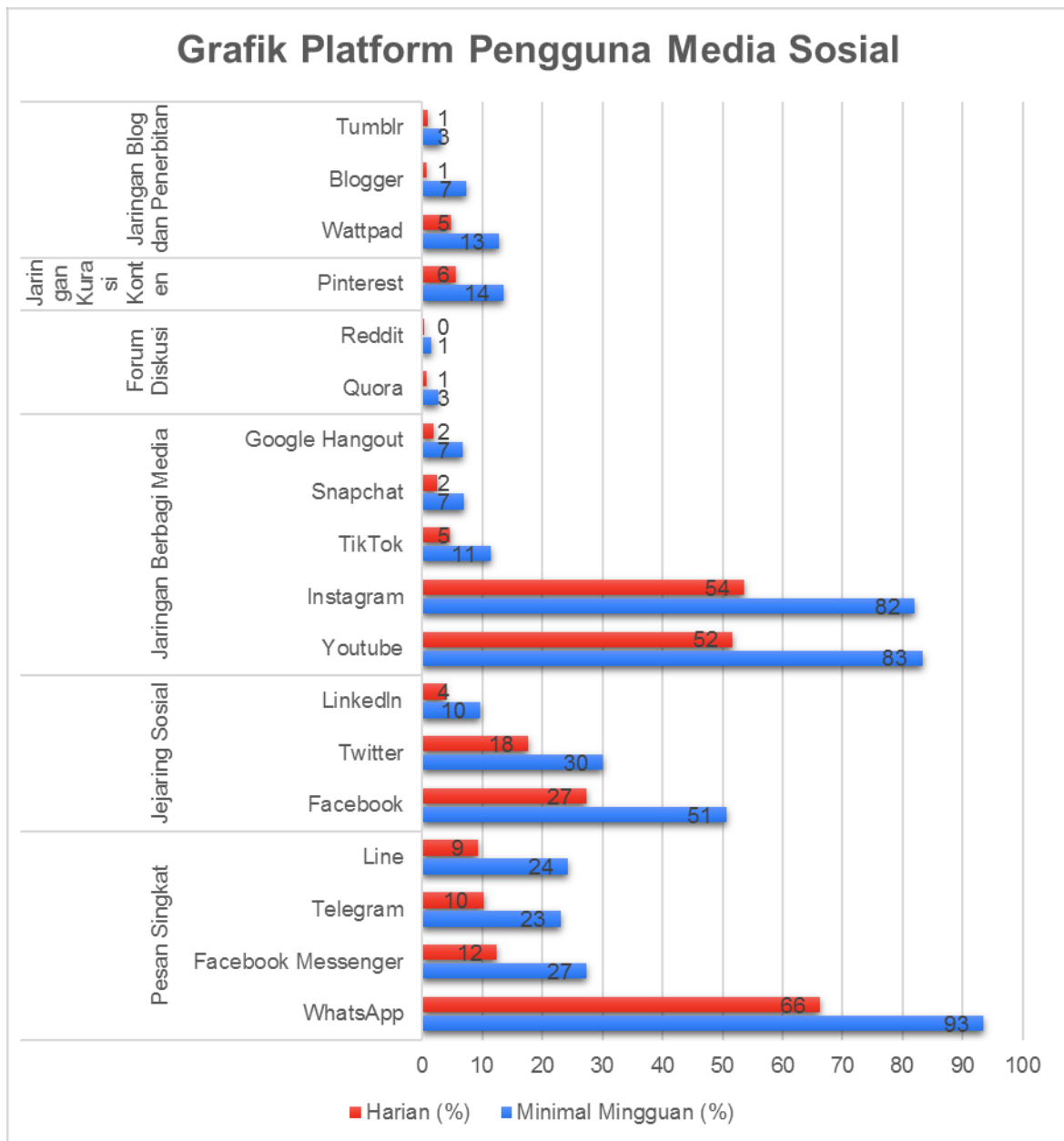
Data tentang *platform* media sosial penulis tampilkan pada Tabel 4.2. Mayoritas responden pada penelitian ini banyak menggunakan *platform* media sosial yang dikategorikan sebagai aplikasi pesan singkat, jejaring sosial dan jaringan berbagi media.

Platform media sosial yang dikategorikan sebagai aplikasi pesan singkat yang paling banyak digunakan yaitu *WhatsApp*, *Facebook Messenger*, *Line* dan *Telegram*. Untuk *platform* media sosial yang dikategorikan sebagai aplikasi jejaring sosial yang paling banyak digunakan oleh responden pada penelitian ini yaitu *Facebook* dan *Twitter*. Adapun *platform* media sosial yang dikategorikan sebagai aplikasi jaringan berbagi media yang banyak

digunakan responden dalam penelitian ini yaitu *Youtube* dan *Instagram*. Adapun tabel pengguna media sosial dapat dilihat pada Tabel 4.2 dan grafik pengguna media sosial dapat ditunjukkan pada Gambar 4.3.

Tabel 4.2 *Platform Media Sosial*

Kategori	Media Sosial	Pengguna Rutin	
		Minimal Mingguan	Harian
Pesan Singkat	WhatsApp	385 (93%)	273 (66%)
	Facebook Messenger	113 (27%)	51 (12%)
	Telegram	95 (23%)	42 (10%)
	Line	100 (24%)	38 (9%)
Jejaring Sosial	Facebook	209 (51%)	113 (27%)
	Twitter	124 (30%)	73 (18%)
	LinkedIn	40 (10%)	16 (4%)
Jaringan Berbagi Media	Youtube	343 (83%)	213 (52%)
	Instagram	338 (82%)	221 (54%)
	TikTok	47 (11%)	19 (5%)
	Snapchat	29 (7%)	10 (2%)
	Google Hangout	28 (7%)	8 (2%)
Forum Diskusi	Quora	11 (3%)	3 (1%)
	Reddit	6 (1%)	1 (0%)
Jaringan Bookmarking dan Kurasi Konten	Pinterest	56 (14%)	23 (6%)
Jaringan Blog dan Penerbitan	Wattpad	53 (13%)	20 (5%)
	Blogger	30 (7%)	3 (1%)
	Tumblr	13 (3%)	4 (1%)



Gambar 4.3 Grafik Platform Pengguna Media Sosial.

4.1.3 Karakteristik dan Perilaku Pengguna Media Sosial

Data tentang karakteristik dan perilaku pengguna media sosial sesuai dengan kondisi 1 tahun terakhir yang digunakan oleh responden dapat dilihat pada Tabel 4.3. Mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang mempunyai kepemilikan perangkat satu dan terdapat responden yang memiliki kepemilikan perangkat dua atau lebih.

Pada penelitian ini penulis bertanya tentang sistem operasi yang digunakan pada *smartphone*, tablet, laptop dan komputer (PC). Penggunaan sistem operasi pada *smartphone* didominasi oleh responden dengan pengguna Android, pada tablet mayoritas responden menggunakan Android dan responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang tidak memiliki tablet, pada penggunaan laptop mayoritas responden banyak menggunakan

sistem operasi *Windows* dan mayoritas responden pada penelitian tidak memiliki komputer, namun ada responden yang lebih memilih menggunakan sistem operasi *Windows* pada komputer mereka dibandingkan sistem operasi lainnya.

Penulis bertanya tentang perilaku pengguna terhadap penggunaan jaringan atau Wi-Fi pada saat mengakses media sosial, mengingat peningkatan yang stabil dari jaringan Wi-Fi yang tersedia untuk umum diperkirakan akan meningkat hampir dua kali lipat dari 2018 hingga 2022 menjadi hampir 550 juta jaringan yang tersedia menurut (Cisco, 2018). Responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang menggunakan paket data seluler dan Wi-Fi privat untuk mengakses media sosial mereka, namun terdapat responden yang menggunakan Wi-Fi publik untuk mengakses media sosial. Perangkat untuk mengakses media sosial mayoritas responden pada penelitian ini didominasi oleh responden yang mengakses media sosial menggunakan aplikasi pada perangkat bergerak seperti *smartphone* atau tablet, adapun responden dalam penelitian ini paling sering mengakses media sosial menggunakan perangkat yang sama yaitu aplikasi pada perangkat bergerak.

Adapun dalam penelitian ini tujuan responden menggunakan media sosial didominasi oleh responden yang menggunakan media sosial dengan tujuan untuk komunikasi, hiburan dan belajar.

Durasi penggunaan media sosial paling tinggi yang digunakan oleh responden pada penelitian ini yaitu antara 5 jam atau lebih namun kurang dari 6 jam, sedangkan penggunaan media sosial dengan durasi terendah yaitu kurang dari 1 jam.

Selanjutnya, di pertanyaan tentang penggunaan *Two Factor Authentication* (2FA) untuk melakukan *login* pada akun media sosial dimana mayoritas responden pada penelitian ini tidak mengetahui tentang penggunaan 2FA dimana fungsinya untuk dapat mengamankan akun media sosial dari berbagai kejahatan digital salah satunya yaitu peretasan atau pembobolan akun. Pada penelitian ini terdapat responden yang mengetahui penggunaan 2FA tetapi lebih memilih tidak menggunakannya untuk mengamankan akun media sosial. Namun, pada penelitian ini ada beberapa responden yang menggunakan 2FA untuk melakukan *login* pada akun media sosial mereka.

Adapun pertanyaan selanjutnya tentang penggunaan *Virtual Private Network* (VPN) pada saat mengakses akun media sosial dimana mayoritas responden pada penelitian ini didominasi oleh responden yang tidak pernah menggunakan VPN untuk mengakses media sosial, akan tetapi terdapat responden yang kadang-kadang menggunakan VPN untuk mengakses akun media sosial.

Pertanyaan terakhir yang penulis berikan kepada responden mengenai karakteristik penggunaan masing-masing *platform* media sosial yaitu tentang percobaan pembobolan akun pada akun media sosial dimana pada penelitian ini mayoritas responden tidak pernah mengalami percobaan pembobolan akun pada media sosial mereka. Akan tetapi, pada penelitian ini terdapat responden yang pernah mengalami percobaan pembobolan akun pada media sosial dan sudah pernah mengalami pembobolan akun.

Tabel 4.3 Karakteristik dan Perilaku Pengguna Media Sosial

Variabel	Kategori	Jumlah (%)
Kepemilikan Perangkat	Nol	6 (1%)
	Satu	322 (78%)
	Dua atau lebih	84 (21%)
Sistem Operasi di Smartphone	Tidak tahu	4 (1%)
	Android	349 (85%)
	IOS	59 (14%)
Sistem Operasi di Tablet	Tidak tahu	8 (2%)
	Android	68 (17%)
	IOS	16 (4%)
	Windows	5 (1%)
	Tidak punya tablet	315 (76%)
Sistem Operasi di Laptop	Tidak tahu	4 (1%)
	ChromeOS	4 (1%)
	Linux	3 (1%)
	Mac	16 (4%)
	Windows	337 (82%)
	Tidak punya laptop	45 (11%)
	Lainnya	3 (1%)
Sistem Operasi di Komputer (PC)	Tidak tahu	13 (3%)
	Linux	2 (0%)
	Mac	4 (1%)
	Windows	93 (23%)

	Tidak punya PC	300 (73%)
Jaringan	Paket data seluler	338 (82%)
	Wi-Fi privat	241 (58%)
	Wi-Fi publik	61 (15%)
Aplikasi	Aplikasi pada komputer (dekstop/laptop)	96 (23%)
	Aplikasi pada perangkat bergerak (smartphone/tablet)	387 (94%)
	Browser pada komputer (dekstop/laptop)	111 (27%)
	Browser pada perangkat bergerak (smartphone/tablet)	101 (25%)
Perangkat Mengakses Paling Sering	Aplikasi pada komputer (dekstop/laptop)	9 (2%)
	Aplikasi pada perangkat bergerak (smartphone/tablet)	369 (90%)
	Browser pada komputer (dekstop/laptop)	6 (1%)
	Browser pada perangkat bergerak (smartphone/tablet)	28 (7%)
Syarat & Ketentuan	Membaca dan memahami	297 (72%)
	Membaca namun tidak memahami	64 (16%)
	Tidak membaca dan memahami	51 (12%)
Tujuan	Belajar	326 (79%)
	Hiburan	355 (86%)
	Jual Beli	144 (35%)
	Komunikasi	366 (89%)
	Pekerjaan	165 (40%)
	Riset	92 (22%)
	Lainnya	15 (4%)
Durasi	Kurang dari 1 Jam	12 (3%)
	1 jam atau lebih namun kurang dari 2 jam	41 (10%)
	2 jam atau lebih namun kurang dari 3 jam	26 (6%)
	3 jam atau lebih namun kurang dari 4 jam	45 (11%)

	4 jam atau lebih namun kurang dari 5 jam	43 (10%)
	5 jam atau lebih namun kurang dari 6 jam	64 (16%)
	6 jam atau lebih namun kurang dari 7 jam	51 (12%)
	7 jam atau lebih namun kurang dari 8 jam	32 (8%)
	8 jam atau lebih namun kurang dari 9 jam	25 (6%)
	9 jam atau lebih namun kurang dari 10 jam	18 (4%)
	10 jam atau lebih	55 (13%)
Metode Login yang Digunakan	E-mail	357 (87%)
	Username	170 (41%)
	Nomor Handphone	219 (53%)
	Dengan akun media sosial lain	103 (25%)
Verifikasi	Tidak mengetahui	9 (2%)
	Mengetahui dan melakukan verifikasi akun	389 (94%)
	Mengetahui namun tidak melakukan verifikasi akun	14 (3%)
Password	Informasi pribadi (tanggal lahir, nama, alamat, dll)	189 (46%)
	Informasi umum (nama orang, nama benda, tempat, dll)	121 (29%)
	Password yang singkat dan mudah diingat (qwerty, 12345, admin, dll)	122 (30%)
	Karakter acak yang diperoleh melalui password generator	61 (15%)
	Lainnya	28 (7%)
Panjang Password	Kurang dari 8 karakter	63 (15%)
	8 - 15 karakter	300 (73%)
	16 - 24 karakter	27 (7%)
	25 karakter atau lebih	22 (5%)

Karakter Password	Angka	296 (72%)
	Huruf kapital	193 (47%)
	Huruf kecil	280 (68%)
	Karakter khusus	113 (27%)
	Tanda baca	45 (11%)
Menyimpan Password Secara Tertulis Maupun Digital	Tidak	182 (44%)
	Ya	230 (56%)
Menyimpan Password Pada?	Pada lembaran tertulis (kertas, buku, dll)	99 (24%)
	PC atau Laptop (notepad, ms. office, dll)	51 (12%)
	Smartphone (note, keep, dll)	151 (37%)
	Cloud (docs, drive, dll)	22 (5%)
	Password management software	31 (8%)
	Tidak pernah	174 (42%)
Rutin Mengganti Password	Tidak pernah	191 (46%)
	Beberapa bulan sekali	73 (18%)
	Beberapa tahun sekali	102 (25%)
	Satu bulan sekali	22 (5%)
	Satu tahun sekali	24 (6%)
Menggunakan Password yang Sama	Beberapa password berbeda, namun ada password yang sama di beberapa akun media sosial	255 (62%)
	Tidak terdapat password yang sama pada akun media sosial	92 (22%)
	Ya	65 (16%)
Menggunakan Two Factor Authentication (2FA)	Tidak	122 (30%)
	Tidak tahu	193 (47%)
	Ya	97 (24%)
Berbagi Akun	Sudah tidak lagi	102 (25%)

	Tidak pernah	224 (54%)
	Ya	86 (21%)
Berbagi Akun Pada?	Orang tua	81 (20%)
	Saudara kandung	85 (21%)
	Pasangan	108 (26%)
	Teman	138 (33%)
	Kolega	26 (6%)
	Tidak pernah	63 (15%)
Menggunakan Virtual Private Network (VPN)	Kadang-kadang	135 (33%)
	Sering	8 (2%)
	Tidak pernah	206 (50%)
	Tidak tahu	63 (15%)
Percobaan Pembobolan Akun	Tidak pernah	263 (64%)
	Tidak tahu	42 (10%)
	Ya dan belum pernah kebobolan	49 (12%)
	Ya dan sudah pernah kebobolan	58 (14%)

4.1.4 Pendapat Penggunaan Media Sosial

Data tentang gambaran pendapat penggunaan media sosial dalam penelitian ini diberikan melalui *mean* (rata-rata) dan *standar deviation* (simpangan baku) pada setiap variabel pendapat penggunaan media sosial. Pengukuran setiap variabel tentang pendapat penggunaan media sosial pada penelitian ini menggunakan skala *likert*, skala *likert* adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei, skala pengukuran ini dikembangkan oleh Likert (1932). Skala *likert* mempunyai empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah skor atau nilai yang mempresentasikan sifat individu seperti pengetahuan, sikap dan perilaku. Dalam proses analisis data komposit skor biasanya jumlah atau nilai rata-rata dari semua butir pertanyaan dapat digunakan. Penggunaan jumlah dari semua butir pertanyaan valid karena setiap butir pertanyaan adalah indikator dari variabel yang direpresentasikannya. Berikut akan ditampilkan data mengenai *mean* dan *standar deviation* dari setiap variabel pendapat penggunaan media sosial dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Pendapat Penggunaan Media Sosial

Variabel	Item Pendapat Penggunaan Media Sosial	Rerata (simpangan baku)
Pertukaran Informasi	Dapat dengan mudah mendapatkan informasi.	4.26 ± (0.90)
	Dapat dengan mudah menyebar informasi.	4.07 ± (0.93)
	Dapat dengan mudah bertukar informasi.	4.23 ± (0.85)
Akurasi Informasi	Dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya.	3.20 ± (0.92)
	Dapat dengan mudah mengenali kebenaran suatu informasi yang saya dapatkan di media sosial	3.15 ± (0.95)
	Dapat mengenali pengguna media sosial yang menggunakan akun asli atau palsu	3.03 ± (1.02)
	Dapat membedakan antara akun media sosial yang dipegang oleh manusia atau bot	2.77 ± (1.08)
Aktivitas Bisnis dan Komersial	Dapat dengan mudah berbelanja barang atau jasa melalui media sosial	3.88 ± (0.95)
	Dapat dengan mudah menjual barang atau jasa melalui media sosial	3.76 ± (0.99)
	Dapat dengan mudah melakukan promosi bisnis atau kegiatan usaha di media sosial	3.90 ± (0.95)
	Dapat dengan mudah menjalin komunikasi dengan rekan kerja atau mitra bisnis melalui media sosial	3.98 ± (0.97)
Aktivitas Pendidikan dan Edukasi	Dapat dengan mudah mempelajari suatu hal melalui media sosial	4.00 ± (0.93)
	Dapat dengan mudah mengasah keterampilan melalui media sosial	3.80 ± (0.93)

	Dapat dengan mudah melakukan pengembangan diri melalui media sosial	3.75 ± (0.97)
Aktivitas Hiburan	Menggunakan media sosial agar tidak merasa kesepian	3.72 ± (1.08)
	Menggunakan media sosial untuk mendapatkan hiburan yang mudah tanpa perlu keluar rumah	3.91 ± (1.03)
	Menggunakan media sosial supaya dapat membantu saya merasa bahagia	3.49 ± (1.05)
Dampak Negatif Media Sosial	Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menerima informasi hoax melalui media sosial	4.32 ± (0.90)
	Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menyebarkan informasi hoax melalui media sosial	4.31 ± (0.94)
	Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan cyber bullying	4.20 ± (0.94)
	Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban cyber bullying	3.79 ± (1.12)
	Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan ujaran kebencian (hate speech)	4.09 ± (0.99)
	Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban ujaran kebencian (hate speech)	3.77 ± (1.13)
	Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan pencurian identitas	4.08 ± (0.96)

Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban pencurian identitas	3.91 ± (1.07)
Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan penipuan online	4.14 ± (0.97)
Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban penipuan online	4.02 ± (1.02)

Berdasarkan hasil perhitungan dari *mean* dan *standar deviation*, dapat dilihat bahwa mean dari setiap pertanyaan tentang pendapat penggunaan media sosial di atas rata-rata memiliki nilai di atas 3 walaupun ada 1 pertanyaan tentang pengguna media sosial dapat membedakan antara akun media sosial yang dipegang oleh manusia atau bot yang memiliki nilai *mean* di bawah 3. Hal tersebut berdasarkan perhitungan yang dilakukan pada skala *likert* yang digunakan penulis. Dari skor yang digunakan penulis dari setiap pertanyaan yang diberikan yaitu 1 sampai 5, dapat dihitung bahwa *mean* yang baik untuk setiap variabel dalam data tersebut adalah sebagai berikut.

$$x = \frac{1 + 2 + 3 + 4 + 5}{5} = 3$$

Perhitungan *mean* untuk skala *likert* ini menjadi batas nilai minimal yang digunakan penulis untuk mengetahui sebaik mana variabel-variabel pertanyaan yang diberikan penulis kepada responden dalam penelitian ini memberikan kontribusi tentang pendapat penggunaan media sosial mengenai pertukaran informasi, akurasi informasi, aktivitas bisnis dan komersial, aktivitas pendidikan dan edukasi, aktivitas hiburan dan dampak negatif media sosial. Pada Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa rata-rata nilai *mean* dari setiap variabel berada di atas 3. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel pertanyaan tentang pendapat penggunaan media sosial dalam penelitian ini telah memberikan kontribusi yang sangat baik dalam menentukan faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan masing-masing *platform* media sosial di Indonesia.

4.2 Analisis EFA (*Exploratory Factor Analysis*)

4.2.1 Uji Kelayakan Data

Analisis EFA dilakukan untuk mengidentifikasi faktor yang mendasari variabel laten untuk sekelompok item. Nilai KMO yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa data atau sampel yang digunakan pada penelitian memadai untuk dilakukan pengujian analisis faktor (Yong & Pearce, 2013). Uji kelayakan data tentang penggunaan media sosial pada penelitian ini memiliki nilai KMO sebesar 0.93, yang artinya nilai KMO tentang penggunaan media sosial pada penelitian ini ≥ 0.50 . Hasil pengujian *Bartlett's Test Sphericity* penggunaan media sosial pada penelitian ini menghasilkan nilai signifikan sebesar 0.00, yang artinya nilai *Bartlett's Test Sphericity* penggunaan media sosial pada penelitian ini ≤ 0.05 menunjukkan bahwa item-item dalam alat ukur pendapat penggunaan media sosial membentuk dalam faktor. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa jumlah subjek tentang pendapat penggunaan media sosial pada penelitian ini memenuhi syarat untuk dilakukan analisis faktor. Adapun tabel hasil uji kelayakan data dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Uji Kelayakan Data

<i>KMO dan Bartlett's Test</i>	
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy</i>	0.93
<i>Bartlett's Test Sphericity</i>	
<i>Approx. Chi Square</i>	11451
<i>Df</i>	378
<i>Sig.</i>	0.000

4.2.2 Analisis EFA Pendapat Penggunaan Media Sosial

Pada bagian ini akan dijelaskan analisis EFA pendapat penggunaan media sosial. Adapun *Blueprint* tentang pendapat penggunaan media sosial dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 *Blueprint* Pendapat Pengguna Media Sosial

Variabel	Item Pendapat Penggunaan Media Sosial
Pertukaran Informasi	Dapat dengan mudah mendapatkan informasi.
	Dapat dengan mudah menyebar informasi.
	Dapat dengan mudah bertukar informasi.
Akurasi Informasi	Dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya.

	Dapat dengan mudah mengenali kebenaran suatu informasi yang saya dapatkan di media sosial
	Dapat mengenali pengguna media sosial yang menggunakan akun asli atau palsu
	Dapat membedakan antara akun media sosial yang dipegang oleh manusia atau bot
Aktivitas Bisnis dan Komersial	Dapat dengan mudah berbelanja barang atau jasa melalui media sosial
	Dapat dengan mudah menjual barang atau jasa melalui media sosial
	Dapat dengan mudah melakukan promosi bisnis atau kegiatan usaha di media sosial
	Dapat dengan mudah menjalin komunikasi dengan rekan kerja atau mitra bisnis melalui media sosial
Aktivitas Pendidikan dan Edukasi	Dapat dengan mudah mempelajari suatu hal melalui media sosial
	Dapat dengan mudah mengasah keterampilan melalui media sosial
	Dapat dengan mudah melakukan pengembangan diri melalui media sosial
Aktivitas Hiburan	Menggunakan media sosial agar tidak merasa kesepian
	Menggunakan media sosial untuk mendapatkan hiburan yang mudah tanpa perlu keluar rumah
	Menggunakan media sosial supaya dapat membantu saya merasa bahagia
Dampak Negatif Media Sosial	Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menerima informasi hoax melalui media sosial
	Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menyebarkan informasi hoax melalui media sosial
	Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan <i>cyber bullying</i>
	Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban <i>cyber bullying</i>
	Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan ujaran kebencian (<i>hate speech</i>)

	Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban ujaran kebencian (<i>hate speech</i>)
	Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan pencurian identitas
	Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban pencurian identitas
	Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan penipuan <i>online</i>
	Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban penipuan <i>online</i>

Tabel 4.7 Nilai *Loading* 0.40 *Rotated Component Matrix*

Item Pendapat Penggunaan Media Sosial	Component					
	1	2	3	4	5	6
Dapat dengan mudah mendapatkan informasi.		0.43	0.41			
Dapat dengan mudah menyebarkan informasi.		0.45				
Dapat dengan mudah bertukar informasi.		0.47				
Dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya.				0.72		
Dapat dengan mudah mengenali kebenaran suatu informasi yang saya dapatkan di media sosial				0.81		
Dapat mengenali pengguna media sosial yang menggunakan akun asli atau palsu				0.69		
Dapat membedakan antara akun media sosial yang dipegang oleh manusia atau bot				0.56		
Dapat dengan mudah berbelanja barang atau jasa melalui media sosial		0.72				
Dapat dengan mudah menjual barang atau jasa melalui media sosial		0.87				

Dapat dengan mudah melakukan promosi bisnis atau kegiatan usaha di media sosial		0.85				
Dapat dengan mudah menjalin komunikasi dengan rekan kerja atau mitra bisnis melalui media sosial		0.70				
Dapat dengan mudah mempelajari suatu hal melalui media sosial		0.41	0.63			
Dapat dengan mudah mengasah keterampilan melalui media sosial			0.77			
Dapat dengan mudah melakukan pengembangan diri melalui media sosial			0.75			
Menggunakan media sosial agar tidak merasa kesepian					0.80	
Menggunakan media sosial untuk mendapatkan hiburan yang mudah tanpa perlu keluar rumah					0.75	
Menggunakan media sosial supaya dapat membantu saya merasa bahagia					0.82	
Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menerima informasi hoax melalui media sosial	0.61					0.54
Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menyebarkan informasi hoax melalui media sosial	0.62					0.54
Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan <i>cyber bullying</i>	0.74					0.42
Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban <i>cyber bullying</i>	0.84					
Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan ujaran kebencian (<i>hate speech</i>)	0.84					
Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban ujaran kebencian (<i>hate speech</i>)	0.84					

Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan pencurian identitas	0.84					
Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban pencurian identitas	0.85					
Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan penipuan <i>online</i>	0.80					
Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban penipuan <i>online</i>	0.84					

Pada penelitian yang dilakukan oleh Costello dan Osborne (2005) mengatakan bahwa struktur faktor telah murni atau fit jika nilai faktor *loading* lebih besar dari 0,3, tidak terdapat satu item memiliki nilai faktor *loading* yang tinggi pada dua atau lebih faktor yang terbentuk (*cross loading*), dan faktor yang kurang dari 3 item dianggap tidak stabil (dalam satu faktor minimal ada 3 item). Pada Tabel 4.7 di atas dapat menunjukkan bahwa struktur faktor yang terbentuk belum fit atau murni karena masih terdapat item yang *cross loading*. Jika terjadi hal yang demikian, maka bisa dilakukan dengan menaikkan nilai *loading* dari 0.40 menjadi 0.50. Setelah dinaikkan nilai *loading* menjadi 0.50 terdapat 3 item yang nilai *loading* berada di bawah nilai 0.50, ketiga item tersebut yaitu dapat dengan mudah mendapatkan informasi, dapat dengan mudah menyebar informasi dan dapat dengan mudah bertukar informasi. Ketiga item tersebut digugurkan pada analisis ini karena nilai *loading* berada di bawah 0.50. Setelah dilakukan analisis kembali didapatkan 6 faktor dan masih ada item yang memiliki nilai yang *cross loading*. Adapun hasil analisis ini dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Nilai *Loading* 0.50 *Rotated Component Matrix*

Item Pendapat Penggunaan Media Sosial	<i>Component</i>					
	1	2	3	4	5	6
Dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya.				0.72		
Dapat dengan mudah mengenali kebenaran suatu informasi yang saya dapatkan di media sosial				0.81		
Dapat mengenali pengguna media sosial yang menggunakan akun asli atau palsu				0.69		

Dapat membedakan antara akun media sosial yang dipegang oleh manusia atau bot				0.56		
Dapat dengan mudah berbelanja barang atau jasa melalui media sosial		0.72				
Dapat dengan mudah menjual barang atau jasa melalui media sosial		0.87				
Dapat dengan mudah melakukan promosi bisnis atau kegiatan usaha di media sosial		0.85				
Dapat dengan mudah menjalin komunikasi dengan rekan kerja atau mitra bisnis melalui media sosial		0.70				
Dapat dengan mudah mempelajari suatu hal melalui media sosial			0.63			
Dapat dengan mudah mengasah keterampilan melalui media sosial			0.77			
Dapat dengan mudah melakukan pengembangan diri melalui media sosial			0.75			
Menggunakan media sosial agar tidak merasa kesepian					0.80	
Menggunakan media sosial untuk mendapatkan hiburan yang mudah tanpa perlu keluar rumah					0.75	
Menggunakan media sosial supaya dapat membantu saya merasa bahagia					0.82	
Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menerima informasi hoax melalui media sosial	0.61					0.54
Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menyebarkan informasi hoax melalui media sosial	0.62					0.54
Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan <i>cyber bullying</i>	0.74					
Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban <i>cyber bullying</i>	0.84					

Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan ujaran kebencian (<i>hate speech</i>)	0.84					
Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban ujaran kebencian (<i>hate speech</i>)	0.84					
Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan pencurian identitas	0.84					
Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban pencurian identitas	0.85					
Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan penipuan <i>online</i>	0.80					
Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban penipuan <i>online</i>	0.84					

Pada Tabel 4.8 menunjukkan struktur faktor yang terbentuk belum fit atau murni karena masih terdapat item yang *cross loading*. Oleh karena itu, nilai *loading* dapat dinaikkan kembali dari 0.50 menjadi 0.60. Adapun hasilnya dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut ini.

Tabel 4.9 Nilai *Loading* 0.60 *Rotated Component Matrix*

Item Pendapat Penggunaan Media Sosial	Component				
	1	2	3	4	5
Dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya.				0.72	
Dapat dengan mudah mengenali kebenaran suatu informasi yang saya dapatkan di media sosial				0.81	
Dapat mengenali pengguna media sosial yang menggunakan akun asli atau palsu				0.69	
Dapat membedakan antara akun media sosial yang dipegang oleh manusia atau bot				0.56	
Dapat dengan mudah berbelanja barang atau jasa melalui media sosial		0.72			

Dapat dengan mudah menjual barang atau jasa melalui media sosial		0.87			
Dapat dengan mudah melakukan promosi bisnis atau kegiatan usaha di media sosial		0.85			
Dapat dengan mudah menjalin komunikasi dengan rekan kerja atau mitra bisnis melalui media sosial		0.70			
Dapat dengan mudah mempelajari suatu hal melalui media sosial			0.63		
Dapat dengan mudah mengasah keterampilan melalui media sosial			0.77		
Dapat dengan mudah melakukan pengembangan diri melalui media sosial			0.75		
Menggunakan media sosial agar tidak merasa kesepian					0.80
Menggunakan media sosial untuk mendapatkan hiburan yang mudah tanpa perlu keluar rumah					0.75
Menggunakan media sosial supaya dapat membantu saya merasa bahagia					0.82
Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menerima informasi hoax melalui media sosial	0.61				
Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menyebarkan informasi hoax melalui media sosial	0.62				
Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan <i>cyber bullying</i>	0.74				
Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban <i>cyber bullying</i>	0.84				
Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan ujaran kebencian (<i>hate speech</i>)	0.84				
Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban ujaran kebencian (<i>hate speech</i>)	0.84				
Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan pencurian identitas	0.84				

Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban pencurian identitas	0.85				
Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan penipuan <i>online</i>	0.80				
Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban penipuan <i>online</i>	0.84				

Pada Tabel 4.9 menunjukkan struktur faktor sudah fit atau murni, tidak terdapat item yang *cross loading*, dan tidak terdapat faktor yang terdiri dari 3 item. Hal ini bersesuaian dengan penelitian yang dilakukan oleh Costello dan Osborne (2005) yang mengatakan bahwa struktur faktor telah fit atau murni jika nilai faktor *loading* lebih besar dari 0.30, tidak terdapat satu item memiliki faktor *loading* yang tinggi pada dua atau lebih faktor yang terbentuk (*cross loading*) dan dalam satu faktor minimal terdapat 3 item, adapun faktor yang kurang dari 3 item dianggap tidak stabil.

Berdasarkan hasil analisis EFA tentang pendapat penggunaan media sosial yang dilakukan pada penelitian ini, bahwa pendapat penggunaan media sosial dengan nilai *loading* 0.60 menghasilkan 5 faktor dengan total 24 item. Kelima faktor tersebut meliputi faktor satu tentang Dampak Negatif Penggunaan Media Sosial (10 item), faktor dua tentang Aktivitas Bisnis dan Komersial (4 item), faktor tiga tentang Aktivitas Pendidikan dan Edukasi (3 item), faktor empat Akurasi Informasi (4 item) dan faktor lima Aktivitas Hiburan (3 item). Adapun tabel hasil analisis EFA tentang pendapat penggunaan media sosial pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Hasil Analisis EFA Pendapat Penggunaan Media Sosial

Variabel	Item Pendapat Penggunaan Media Sosial
Dampak Negatif Penggunaan Media Sosial	Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menerima informasi hoax melalui media sosial
	Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menyebarkan informasi hoax melalui media sosial
	Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan <i>cyber bullying</i>
	Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban <i>cyber bullying</i>

	Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan ujaran kebencian (<i>hate speech</i>)
	Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban ujaran kebencian (<i>hate speech</i>)
	Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan pencurian identitas
	Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban pencurian identitas
	Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan penipuan <i>online</i>
	Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban penipuan <i>online</i>
Aktivitas Bisnis dan Komersial	Dapat dengan mudah berbelanja barang atau jasa melalui media sosial
	Dapat dengan mudah menjual barang atau jasa melalui media sosial
	Dapat dengan mudah melakukan promosi bisnis atau kegiatan usaha di media sosial
	Dapat dengan mudah menjalin komunikasi dengan rekan kerja atau mitra bisnis melalui media sosial
Aktivitas Pendidikan dan Edukasi	Dapat dengan mudah mempelajari suatu hal melalui media sosial
	Dapat dengan mudah mengasah keterampilan melalui media sosial
	Dapat dengan mudah melakukan pengembangan diri melalui media sosial
Akurasi Informasi	Dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya.
	Dapat dengan mudah mengenali kebenaran suatu informasi yang saya dapatkan di media sosial
	Dapat mengenali pengguna media sosial yang menggunakan akun asli atau palsu
	Dapat membedakan antara akun media sosial yang dipegang oleh manusia atau bot
	Menggunakan media sosial agar tidak merasa kesepian

Aktivitas Hiburan	Menggunakan media sosial untuk mendapatkan hiburan yang mudah tanpa perlu keluar rumah
	Menggunakan media sosial supaya dapat membantu saya merasa bahagia

4.3 Analisis MCA (*Multiple Correspondence Analysis*)

4.3.1 Pencarian Nilai Rerata

Pada proses ini penulis mencari nilai rata-rata dari setiap item yang sesuai dengan variabel laten berdasarkan hasil EFA, hasil dari nilai rata-rata tersebut yang penulis gunakan untuk melakukan analisis MCA dalam penelitian ini untuk menentukan profil dan karakteristik pengguna masing-masing *platform* media sosial. Adapun rumus perhitungan nilai rata-rata yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut.

$$x = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i \quad (4.1)$$

Dimana x = rata-rata hitung (jumlah), x_i = nilai sampel ke- i dan n = jumlah sampel (Gio & Irawan, 2016).

Adapun untuk proses konversi dari skala *likert* menjadi biner apabila nilai rata-rata dari setiap individu di atas 3.5 maka Ya, sedangkan nilai rata-rata di bawah 3.5 maka Tidak. Nilai rata-rata variabel di atas 3.5 dari masing-masing individu diambil karena secara matematis nilai tersebut dapat dianggap netral dan setuju karena nilai tersebut mendekati 4, sebaliknya apabila nilai di bawah 3.5 maka dikatakan variabel tersebut dianggap tidak mencukupi dan paling tinggi adalah netral karena mendekati 3.

4.3.2 Proses MCA

Analisis MCA dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan penggunaan media sosial sebagai *active variables* untuk memetakan pola penggunaan masing-masing media sosial oleh para responden. Analisis MCA dalam penelitian ini dilakukan dua kali dengan menggunakan pemakaian media sosial harian yang menunjukkan pengguna rutin dengan intensitas tinggi dan pemakaian media sosial minimal mingguan yang menunjukkan intensitas menengah dan tinggi.

Dalam proses MCA yang dilakukan untuk menentukan profil dan karakteristik pengguna masing-masing *platform* media sosial yang menjadi *active variables* yaitu semua *platform* media sosial dalam penelitian ini. Sementara yang menjadi *supplementary*

variables yaitu variabel akurasi informasi, aktivitas bisnis dan komersial, aktivitas pendidikan dan edukasi, aktivitas hiburan dan dampak negatif penggunaan media sosial.

Adapun proses MCA untuk menentukan pengaruh perbedaan faktor-faktor demografis yang menjadi *active variables* yaitu semua *platform* media sosial dalam penelitian ini. Sementara yang menjadi *supplementary variables* yaitu usia, jenis kelamin, domisili, daerah asal, pendidikan terakhir, sektor pekerjaan, bidang pekerjaan dan pendapatan bulanan. Kemudian untuk mendapatkan hasil MCA, pada penelitian ini digunakan paket *library* R seperti *FactoMiner*, *Factoextra* dan *FactoInvestigate*.

4.3.3 *Package Library R*

1. *FactoMiner*

Factominer digunakan untuk melakukan metode analisis data eksplorasi untuk meringkas, memvisualisasikan dan mendeskripsikan kumpulan data. Metode yang memiliki potensi terbesar dalam menerapkan *library* ini yaitu *principal component analysis* (PCA) apabila variabel yang digunakan bersifat kuantitatif, *correspondence analysis* (CA) dan *multiple correspondence analysis* (MCA) jika variabel bersifat kategorikal, *multiple factor analysis* (MFA) apabila variabel dalam penelitian disusun dalam kelompok, dan lain-lain (Husson, Josse, Le, & Mazet, 2020).

2. *Factoextra*

Factoextra menyediakan beberapa fungsi yang mudah digunakan untuk mengekstrak dan memvisualisasikan *outpout* analisis data multivariat seperti PCA, CA, MCA, *factor analysis of mixed data* (FAMD), MFA dan *hierarchical multiple factor analysis* (HMFA) fungsi dari paket R. Selain itu, *library* ini menyediakan fungsi untuk menyederhanakan beberapa langkah analisis pengelompokan dan visualisasi data yang menarik menggunakan *ggplot2* (Kassambara & Mundt, 2020).

3. *FactoInvestigate*

Paket ini membawa seperangkat alat untuk membantu analisis dan secara otomatis menampilkan atau mewujudkan deskripsi hasil PCA, CA, MCA, MFA dan lain-lain dari fungsi *factominer*. Mendeteksi outlier yang ada, identifikasi komponen informatif, menampilkan grafis dan deskripsi dimensi dilakukan dengan fungsi khusus. Fungsi *Investigate* melakukan semua fungsi tersebut sekaligus, dan mengembalikan hasil analisis sebagai dokumen laporan seperti Word, PDF atau HTML (Thuleau & Husson, 2020).

4.4 Diskusi dan Analisis

Temuan survei dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan beberapa karakteristik yang menarik yang akan dibahas di seluruh bagian ini sebagai tanggapan atas tiga pertanyaan penelitian yang mengarahkan survei ini yaitu *platform* media sosial apa saja yang marak digunakan di Indonesia, bagaimana profil dan karakteristik pengguna masing-masing *platform* media sosial yang marak digunakan di Indonesia dan bagaimana pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor-faktor demografis lainnya terhadap penggunaan media sosial di Indonesia.

4.4.1 Platform media sosial yang marak digunakan di Indonesia

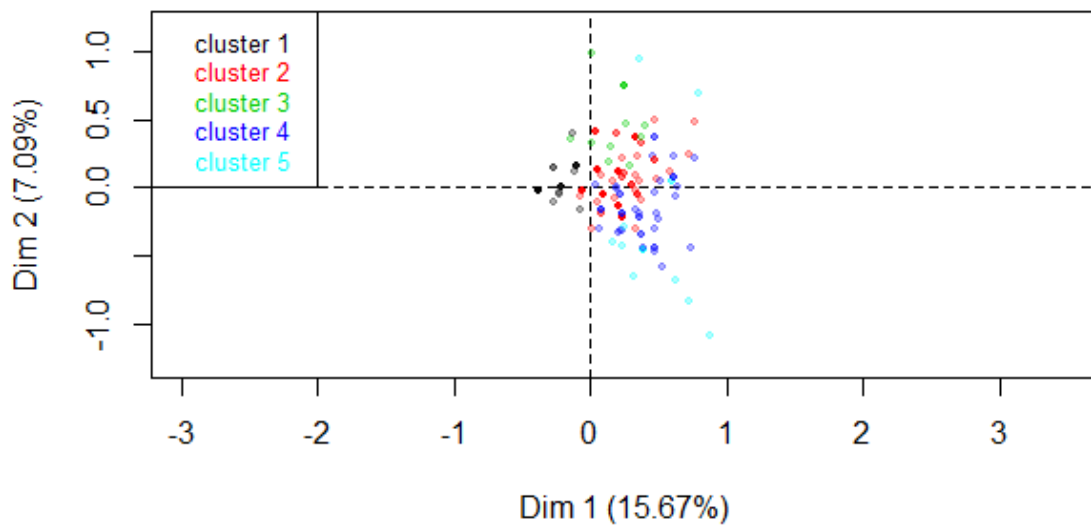
Platform media sosial apa saja yang marak digunakan di Indonesia? Pada penelitian ini penulis bertanya kepada responden mengenai media sosial apa yang sering digunakan oleh mereka dalam 1 tahun terakhir.

Berdasarkan data dari 412 responden dalam penelitian ini mayoritas responden pada penelitian ini banyak menggunakan *platform* media sosial yang dikategorikan sebagai aplikasi pesan singkat, jejaring sosial dan jaringan berbagi media.

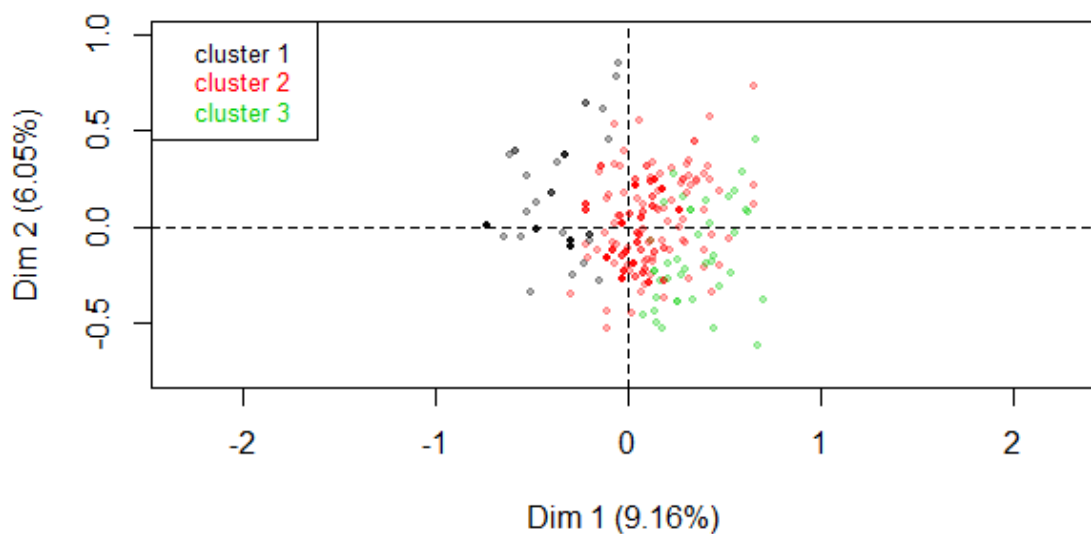
Platform media sosial yang dikategorikan sebagai aplikasi pesan singkat yang paling banyak digunakan yaitu *WhatsApp* pengguna harian (66%) dan rutin atau minimal mingguan (93%), *Facebook Messenger* pengguna harian (12%) dan minimal mingguan (27%), *Line* pengguna harian (9%) dan minimal mingguan (24%) dan *Telegram* pengguna harian (10%) dan minimal mingguan (23%). Untuk *platform* media sosial yang dikategorikan sebagai aplikasi jejaring sosial yang paling banyak digunakan oleh responden pada penelitian ini yaitu *Facebook* pengguna harian (27%) dan minimal mingguan (51%) dan *Twitter* pengguna harian (18%) dan minimal mingguan (30%). Adapun *platform* media sosial yang dikategorikan sebagai aplikasi jaringan berbagi media yang banyak digunakan responden dalam penelitian ini yaitu *Youtube* pengguna harian (52%) dan minimal mingguan (83%) dan *Instagram* pengguna harian (54%) dan minimal mingguan (82%).

4.4.2 Profil dan karakteristik pengguna masing-masing platform media sosial

Untuk mengetahui profil dan karakteristik pengguna masing-masing *platform* media sosial yang marak digunakan di Indonesia, dalam studi ini dilakukan analisis pada dua jenis penggunaan media sosial berdasarkan intensitasnya, yakni pengguna harian dan pengguna rutin (minimal mingguan). Berdasarkan hasil klasifikasi menggunakan MCA, ditemukan 5 kluster pengguna harian Gambar 4.4 dan 3 kluster pengguna rutin Gambar 4.5 media sosial di Indonesia.



Gambar 4.4 *Classification* MCA Pengguna Media Sosial Harian.



Gambar 4.5 *Classification* MCA Pengguna Media Sosial Rutin.

1. Pengguna Harian

Klaster 1A adalah individu yang tidak termasuk pengguna harian aplikasi media sosial populer seperti WhatsApp, Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, Facebook Messenger, Telegram dan Line. Klaster 2A diisi oleh para pengguna harian media sosial WhatsApp, Instagram, Youtube dan Facebook yang tidak menggunakan media

sosial lain seperti Telegram, Wattpad, Pinterest dan LinkedIn secara harian. Klaster 3A diisi oleh para pengguna harian Wattpad, WhatsApp, Quora dan Facebook. Klaster 4A diisi oleh para pengguna harian Telegram, Pinterest, Twitter, WhatsApp, Youtube, Instagram, Snapchat, Skype dan Discord. Adapun untuk klaster 5A diisi oleh para pengguna harian LinkedIn, Youtube, Twitter, WeChat, GitHub, Blogger, WhatsApp, Instagram dan Telegram.

2. Pengguna Rutin

Sementara itu, dari hasil klasterisasi berdasarkan MCA untuk penggunaan rutin (minimal mingguan) didapatkan 3 klaster. Klaster 1B adalah individu yang jarang menggunakan media sosial populer seperti Youtube, Instagram, WhatsApp, Twitter, Facebook, Wattpad, LinkedIn dan Line. Klaster 2B diisi oleh para pengguna rutin Youtube, Instagram, WhatsApp, Facebook dan Wattpad yang jarang menggunakan media sosial lain seperti LinkedIn, Skype, GitHub dan Discord. Adapun untuk klaster 3B diisi oleh para pengguna rutin media sosial LinkedIn, Telegram, Twitter, GitHub, Skype, Kaskus, Instagram, Youtube, Discord dan Tinder.

3. Pendapat dan Aktivitas Pengguna Media Sosial

Untuk melihat perbedaan karakteristik antar klaster, variabel laten yang mewakili jenis aktivitas dan pendapat pengguna media sosial sesuai dengan hasil dari analisis EFA di tahap sebelumnya digunakan sebagai *supplementary variables*.

Dari hasil MCA pengguna harian didapatkan bahwa klaster 1A berisikan individu yang jarang menggunakan media sosial untuk aktivitas pendidikan/edukasi dan hiburan. Klaster 2A berisikan individu yang banyak menggunakan media sosial untuk melakukan aktivitas hiburan dan pendidikan/edukasi. Klaster 4A berisikan individu yang menganggap bahwa penggunaan media sosial memiliki dampak negatif yang tinggi. Adapun untuk klaster 3A dan klaster 5A, tidak terdapat karakteristik khusus dari sisi pendapat dan aktivitas yang mereka lakukan di media sosial.

Sedangkan untuk hasil MCA pengguna rutin didapatkan bahwa klaster 1B berisikan individu yang jarang menggunakan media sosial untuk aktivitas bisnis/komersial atau pendidikan/edukasi. Klaster 2B berisikan individu yang banyak menggunakan media sosial untuk aktivitas bisnis/komersial, sementara Klaster 3B tidak terdapat karakteristik khusus dari sisi pendapat dan aktivitas mereka di media sosial.

4.4.3 Pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor-faktor demografis

Untuk mengetahui pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor-faktor demografis lainnya terhadap penggunaan media sosial di Indonesia, pada penelitian ini penulis juga melakukan analisis MCA serupa dengan menggunakan data demografi seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan penghasilan sebagai *supplementary variables*.

Dari hasil MCA pengguna harian didapatkan bahwa klaster 2A berisikan individu yang memiliki pendapatan bulanan 1 sampai 3 Juta. Klaster 3A berisikan individu yang memiliki pendapatan bulanan kurang dari 1 Juta dan belum memiliki sektor pekerjaan atau belum bekerja. Klaster 5A berisikan individu yang menggunakan media sosial dengan memiliki pendapatan bulanan 5 sampai 10 Juta dan mempunyai jenjang pendidikan sebagai Diploma dan Sarjana. Adapun untuk klaster 1A dan klaster 4A, tidak terdapat pengaruh perbedaan faktor demografis yang mempengaruhi terhadap penggunaan media sosial. Adapun tabel ringkasan hasil MCA penggunaan media sosial harian dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Sedangkan untuk hasil MCA pengguna rutin didapatkan bahwa klaster 3B berisikan individu yang menggunakan media sosial dengan memiliki tingkat pendidikan terakhir pada jenjang Diploma dan Sarjana yang berdomisili di pulau Jawa. Selain itu, individu pada klaster ini memiliki pendapatan bulanan 5 sampai 10 Juta. Adapun untuk klaster 1B dan 2B tidak terdapat pengaruh perbedaan faktor demografis yang mempengaruhi terhadap penggunaan media sosial. Tabel ringkasan hasil MCA penggunaan rutin media sosial dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Ringkasan Hasil MCA Penggunaan Harian

Klaster	Media Sosial	Pendapat dan Aktivitas	Demografi
1A	(+) - (-) WhatsApp, Instagram, YouTube, Twitter, Facebook, Facebook Messenger, Telegram dan Line	(+) - (-) Edukasi, Hiburan	(+) - (-) -
2A	(+) WhatsApp, Instagram, Youtube dan Facebook	(+) Hiburan, Edukasi	(+) Pendapatan 1 sampai 3 Juta

	(-) Telegram, Wattpad, Pinterest dan LinkedIn	(-)	(-) -
3A	(+) Wattpad, WhatsApp, Quora dan Facebook (-) -	(+) - (-) -	(+) Pendapatan kurang dari 1 Juta, Sektor Pekerjaan belum bekerja (-) -
4A	(+) Telegram, Pinterest, Twitter, WhatsApp, Youtube, Instagram, Snapchat, Skype dan Discord (-) -	(+) Dampak Negatif (-) -	(+) - (-) -
5A	(+) LinkedIn, Youtube, Twitter, WeChat, GitHub, Blogger, WhatsApp, Instagram dan Telegram (-) -	(+) - (-) -	(+) Pendapatan 5 sampai 10 Juta, Jenjang Diploma/Sarjana (-) -

Tabel 4.12 Ringkasan Hasil MCA Penggunaan Rutin

Klaster	Media Sosial	Pendapat dan Aktivitas	Demografi
1B	(+) - (-) Youtube, Instagram, WhatsApp, Twitter, Facebook, Wattpad, LinkedIn dan Line	(+) - (-) Komersial, Edukasi	(+) - (-) -
2B	(+) Youtube, Instagram, WhatsApp, Facebook dan Wattpad (-) LinkedIn, Skype, GitHub dan Discord	(+) Komersial (-) -	(+) - (-) -
3B	(+) LinkedIn, Telegram, Twitter, GitHub, Skype, Kaskus, Instagram, Youtube, Discord dan Tinder	(+) - (-) -	(+) Pendidikan Diploma/Sarjana, Domisili pulau

	(-) -		Jawa, Pendapatan 5 sampai 10 Juta (-) -
--	-------	--	---



BAB 5

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Penggunaan media sosial adalah salah satu kegiatan online paling populer di dunia, salah satunya di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dalam penelitian ini dengan mayoritas masyarakat Indonesia banyak mengakses *platform* media sosial yang dikategorikan sebagai aplikasi pesan singkat seperti WhatsApp, Facebook Messenger, Line dan Telegram. *Platform* jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter. Adapun *platform* aplikasi berbagi media seperti Youtube dan Instagram. Terlepas dari banyaknya dampak negatif dari penggunaan media sosial, mayoritas pengguna dalam penelitian ini banyak memanfaatkan media sosial mereka untuk melakukan aktivitas hiburan, pendidikan/edukasi dan bisnis/komersial.

Dalam penelitian ini terjadi perbedaan profil dan karakteristik pengguna masing-masing platform media sosial di Indonesia. Untuk pengguna harian terdapat pengguna yang jarang menggunakan media sosial untuk melakukan aktivitas pendidikan/edukasi dan hiburan pada media sosial mereka. Di sisi lain, temuan dalam penelitian ini terdapat karakteristik pengguna yang memanfaatkan media sosial mereka untuk melakukan aktivitas hiburan dan pendidikan/edukasi. Temuan menarik lainnya yaitu pengguna menganggap bahwa penggunaan media sosial memiliki dampak negatif yang tinggi. Sedangkan untuk pengguna rutin terdapat pengguna yang jarang melakukan aktivitas bisnis/komersial dan pendidikan/edukasi pada media sosial mereka, meskipun terdapat pengguna yang memanfaatkan media sosial mereka untuk melakukan aktivitas bisnis/komersial.

Adapun dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan faktor-faktor demografis lainnya terhadap penggunaan media sosial di Indonesia, pada pengguna harian didapatkan bahwa pengguna media sosial dalam penelitian ini memiliki pendapatan bulanan 1 sampai 3 Juta, walaupun terdapat pengguna yang memiliki pendapatan bulanan kurang dari 1 Juta dan belum memiliki sektor pekerjaan. Temuan menarik lainnya yaitu terdapat pengguna media sosial yang memiliki pendapatan bulanan 5 sampai 10 Juta dan memiliki jenjang pendidikan tinggi sebagai Diploma/Sarjana. Sedangkan untuk pengguna rutin didapatkan bahwa pengguna media sosial dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan tinggi sebagai Diploma/Sarjana

dengan mayoritas pengguna berdomisili di pulau Jawa dan memiliki pendapatan bulanan 5 sampai 10 Juta.

Dari hasil analisis ditemukan beberapa profil pengguna media sosial yang berbeda. Selain mayoritas pengguna yang cenderung menggunakan media sosial populer seperti YouTube, Instagram, WhatsApp, dan Facebook untuk kebutuhan personal baik itu hiburan maupun pendidikan, terdapat juga jenis pengguna yang memanfaatkan media sosial lain seperti LinkedIn dan GitHub untuk kebutuhan profesional, terutama dari kalangan ekonomi menengah ke atas. Selain dapat memperkaya wawasan terkait penggunaan media sosial di Indonesia, temuan dari penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh penelitian selanjutnya, utamanya terkait pemanfaatan media sosial oleh beragam kalangan yang berbeda dengan tujuan yang berbeda-beda pula.

5.2 Saran

Penelitian ini hanya dilakukan satu negara. Menarik untuk dilihat apakah penelitian yang sama juga dilakukan di negara lain, tidak hanya di negara berkembang yang memiliki karakteristik yang kurang lebih sama dengan negara Indonesia, tetapi di negara maju yang biasanya dapat memanfaatkan penggunaan media sosial dengan lebih baik. Dengan mereplikasi penelitian ini dengan pengguna media sosial dari negara lain, kita dapat melihat apakah kesamaan karakteristik pengguna media sosial di negara Indonesia memiliki karakter yang sama dengan negara lainnya. Jawaban atas pertanyaan ini dapat membantu menjelaskan cara memanfaatkan penggunaan media sosial dengan lebih baik pada masa mendatang.

Hasil dalam survei ini juga menunjukkan beberapa area eksplorasi penelitian masa depan yang menarik, terutama terkait dengan keamanan akun media sosial yang dimiliki oleh pengguna untuk menjaga keamanan akun media sosial mereka. Misalnya, tanggapan atas pertanyaan percobaan pembobolan akun pada media sosial menunjukkan bahwa terdapat pengguna yang pernah mengalami percobaan pembobolan akun dan sudah pernah mengalami pembobolan akun pada media sosial mereka, bahkan terdapat pengguna yang tidak mengetahui bahwa akun media sosial mereka sedang mengalami percobaan pembobolan akun. Sebuah survei yang dirancang untuk menyelidiki kurangnya kesadaran terhadap keamanan akun media sosial ini akan memberikan pemahaman tentang pentingnya menjaga keamanan akun media sosial oleh pengguna ketika melakukan aktivitas di dunia maya.

Daftar Pustaka

- Akbar, Z., & Faryansyah, R. (2018). *Pengungkapan Diri Di Media Sosial Ditinjau Dari Kecemasan Sosial Pada Remaja. 2*, 94–99.
- Arianti, G. (2017). Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instragram Dan Path. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 180. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.21>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. In *Apjii.or.id* (p. 10). APJII. Retrieved from apjii.or.id
- Bélanger, F., & Crossler, R. E. (2011). Privacy in the digital age: a review of information privacy research in information systems. *MIS Quarterly*, 35(4), 1017-1042.
- Bimo. (21 Oktober 2017). *Komunikasi Massa: Perkembangan Media Sosial di Indonesia*. Diambil kembali dari Pakar Komunikasi: <https://pakarkomunikasi.com/perkembangan-media-sosial-di-indonesia>
- Breitinger, F., Tully-Doyle, R., & Hassenfeldt, C. (2020). A survey on smartphone user's security choices, awareness and education. *Computers and Security*, 88. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2019.101647>
- Chan-Olmsted, S. M., Cho, M., & Lee, S. (2013). User Perceptions of Social Media: A Comparative Study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3(4). <https://doi.org/10.29333/ojcm/2451>
- Cisco, V. (2018). Cisco visual networking index: forecast and trends, 2017–2022. <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/white-paper-c11-741490.html>. White Paper.
- Clement, J. (15 Juli 2020). Jumlah Pengguna Jejaring Sosial di Seluruh Dunia dari 2017 hingga 2025. Diambil kembali dari Statista: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Clement, J. (21 Agustus 2020). Jejaring Sosial Terpopuler di Seluruh Dunia pada Juli 2020, diurutkan Berdasarkan Jumlah Pengguna Aktif. Diambil kembali dari Statista: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

- Costello, A. B., & Osborne, J. W. (2005). Exploratory Factor Analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 10(7), 1-9.
- Damanik, D., Wachyuni, S. S., Wiweka, K., & Setiawan, A. (2019). The Influence of Social Media on the Domestic Tourist's Travel Motivation Case Study: Kota Tua Jakarta, Indonesia. *Current Journal of Applied Science and Technology*, 36(6), 1–14. <https://doi.org/10.9734/cjast/2019/v36i630263>
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Ghaisani, A. P., Handayani, P. W., & Munajat, Q. (2017). Users' Motivation in Sharing Information on Social Media. *Procedia Computer Science*, 124, 530–535. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.186>
- Gio, P. U., & Irawan, D. E. (2016). *Belajar Statistika dengan R*.
- Greenacre M., Blasius J. (2006). *Multiple Correspondence Analysis and Related Methods*. New York: Chapman dan Hall/CRC.
- Guritno, S. (2011). *Theory and Application of IT Research*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Hidayat, A. (2 Juni 2017). Penjelasan Teknik Sampling Dalam Penelitian. Diambil kembali dari Statistikian: <https://www.statistikian.com/2017/06/teknik-sampling-dalam-penelitian.html>
- Husson, F., Josse, J., Le, S., & Mazet, J. (2020). *Multivariate exploratory data analysis and data mining*. Retrieved from <http://factominer.free.fr>
- Kaplan, A. M, Haenlein M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. *Journal Business Horizons*, Vol. 53 No. 1.
- Kassambara, A., & Mundt, F. (2020). *Extract and Visualize the Results of Multivariate Data Analyses*. Retrieved from <https://cran.r-project.org/package=factoextra>
- Kazi, T.G., Arain, M.B., Jamali, M.K., Jalbani, N., Afridi, H.I., Sarfraz, R.A., Baig, J.A., & Shah, A.Q. (2009). Assessment of water quality polluted lake using multivariate statistical technique: a case study. *Ecotoxicology and Environmental Safety*, 72: 301-309.
- Kusyanti, A., Puspa, H., Rahma, D., & April, Y. (2018). Teen's Social Media Adoption: An Empirical Investigation in Indonesia. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 9(2), 380–384. <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2018.090252>

- Kusyanti, A., Puspitasari, D. R., Ayu Catherina, H. P., & Lia Sari, Y. A. (2017). Information Privacy Concerns on Teens as Facebook Users in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 124, 632–638. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.199>
- Likert RA. (1932). Technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140 pp: 1-55
- Lim, R., Raymond., & Kartika, G. (2002). *Face Recognition Menggunakan Metode. Linear Discriminant Analysis (LDA)*. *Proceeding Komputer dan Sistem Intelijen*. Jakarta 21-22 Agustus 2002.
- Meyliana, P., Hidayanto, A. N., & Budiardjo, E. K. (2016). Social Media Adoption for Social CRM in Higher Education: an Insight from Indonesian Universities. *International Journal of Synergy and Research*, 4(2), 7. <https://doi.org/10.17951/ijsr.2015.4.2.7>
- Natalya, L. (2016). Struktur internal. In I. B. Siaputra & L. Natalya (Eds), *Teori dan praktik cara asyik belajar pengukuran psikologis*. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.
- Natalya, L., Mashuri, M., & Siaputra, I. B. (2016). SEM and its application on factors modeling which affects on students' academic achievement (Case Study: Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya). *International Conference on Theoretical and Applied Statistics 2016*, Surabaya.
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, Si. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, (2), 145–160.
- Pratama, A. R. (2018). Investigating Daily Mobile Device Use among University Students in Indonesia. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 325(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/325/1/012004>
- Pratama, A. R. (2020). Mobile Devices and Mobile Apps Use among Indonesian College Students. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 803(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/803/1/012016>
- R Core Team. (2022). *R: A Language and Environment for Statistical Computing*. Vienna, Austria: R Foundation for Statistical Computing. <https://www.R-project.org/>.
- R. (12 September 2020). *What is R?*. Diambil kembali dari *R-project*: <https://www.r-project.org/about.html>

- Ramdhani, M. (2016). Pengaruh Sosial Media (Facebook) Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa (UNSIKA) Karawang. *Politikom Indonesiana*, 1(1), 66–78.
- Rosana, D., & Setyawarno, D. (2016). *Statistik Terapan untuk Penelitian Pendidikan disertai dengan analisis dengan aplikasi SPSS versi 22*. Retrieved from http://staffnew.uny.ac.id/upload/198810132015041004/pendidikan/ilovepdf_merged.pdf
- RStudio. (12 September 2020). *RStudio*. Diambil kembali dari RStudio: <https://rstudio.com/products/rstudio/>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sangarimbun, Masri dan Sofian Effendi, (1985). *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. ALFABET.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*.
- Survey, M. (7 Januari 2020). Sample Size Calculator. Diambil kembali dari SurveyMonkey: <https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Susilo, D., & Putranto, T. D. (2018). *Indonesian Youth on Social Media: Study on Content Analysis*. 113(Sshr 2017), 94–97. <https://doi.org/10.2991/sshr-17.2018.15>
- Syamsoedin, W. K., Bidjuni, H., & Wowiling, F. (2015). Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial Dengan Kejadian Insomnia Pada Remaja Di Sma Negeri 9 Manado. *Jurnal Keperawatan UNSRAT*, 3(1).
- Thuleau, S., & Husson, F. (2020). *Automatic Description of Factorial Analysis*. Retrieved from <http://factominer.free.fr/reporting/>
- Yong, A. G., & Pearce, S. (2013). A beginner's guide to factor analysis: Focusing on exploratory factor analysis. *Tutorials in Qualitative Methods for Psychology*, 9(2), 79-94.

LAMPIRAN A

Lampiran kuesioner survei dalam tesis ini.

Berikut adalah kuesioner lengkap dari penelitian Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia.

Pertanyaan umum. Pada bagian ini berisi pertanyaan mengenai demografi dan data pribadi responden yang perlu di isi.

1. Nama Panggilan atau Inisial?
2. Usia?
3. Jenis Kelamin?
4. Domisili?
5. Daerah Asal?
6. Pendidikan Terakhir?
7. Sektor Pekerjaan?
 - Negeri
 - Swasta
 - Pekerja Lepas (Freelance)
 - Tidak Bekerja
8. Bidang Pekerjaan?
9. Pendapatan Bulanan?
 - Kurang dari Rp. 1.000.000
 - Rp. 1.000.000 - Rp. 2.999.999
 - Rp. 3.000.000 - Rp. 4.999.999
 - Rp. 5.000.000 - Rp. 9.999.999
 - Rp. 10.000.000 - Rp. 19.999.999
 - Rp. 20.000.000 - Rp. 49.999.999
 - Rp. 50.000.000 atau lebih
 - Other:

Pertanyaan tentang kepemilikan gawai.

1. Berapa jumlah perangkat smartphone yang Anda gunakan?
 - Nol
 - Satu
 - Dua
 - Tiga atau lebih
2. Sistem Operasi yang Anda gunakan pada smartphone?
3. Harga smartphone yang Anda gunakan berkisar antara?
 - Tidak punya smartphone
 - Kurang dari Rp. 1.000.000
 - Rp. 1.000.000 - Rp. 2.999.999
 - Rp. 3.000.000 - Rp. 4.999.999
 - Rp. 5.000.000 - Rp. 9.999.999
 - Rp. 10.000.000 atau lebih
4. Sistem operasi yang Anda gunakan pada tablet?
5. Harga tablet yang Anda gunakan berkisar antara?
6. Sistem operasi yang Anda gunakan pada laptop?
7. Harga laptop yang Anda gunakan berkisar antara?
 - Tidak punya laptop
 - Kurang dari Rp. 1.000.000
 - Rp. 1.000.000 - Rp. 2.999.999
 - Rp. 3.000.000 - Rp. 4.999.999
 - Rp. 5.000.000 - Rp. 9.999.999
 - Rp. 10.000.000 atau lebih
8. Sistem operasi yang Anda gunakan pada komputer desktop (PC)?
9. Harga desktop (PC) yang Anda gunakan berkisar antara?
 - Tidak punya PC
 - Kurang dari Rp. 1.000.000
 - Rp. 1.000.000 - Rp. 2.999.999
 - Rp. 3.000.000 - Rp. 4.999.999
 - Rp. 5.000.000 - Rp. 9.999.999
 - Rp. 10.000.000 atau lebih

Penggunaan Media Sosial. Pada bagian ini berisi pertanyaan tentang penggunaan media sosial oleh Anda.

1. Media sosial apa yang sering Anda gunakan?

Ask.fm

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Blogger

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Devine Art

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Discord

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Facebook

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Facebook Messenger

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Flickr

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

GitHub

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Google Hangout

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Instagram

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Kaskus

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Line

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

LinkedIn

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang

- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

MeWe

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Mixer

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Pinterest

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Quora

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Reddit

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Skype

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Snapchat



Telegram

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

TikTok

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Tinder

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Tumblr

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Twitch

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Twitter

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Viber

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang

- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Vimeo

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

VK

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

Wattpad

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

WeChat

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

WhatsApp

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

YouTube

- Hampir Tidak Pernah
- Jarang
- Mingguan
- Hampir Setiap Hari

2. Anda mengakses media sosial menggunakan jaringan atau Wi-Fi?

- Mobile data
 - Wi-Fi privat (rumah, kantor, sekolah, universitas dll)
 - Wi-Fi publik (bandara, stasiun, cafe, hotel dll)
3. Anda mengakses media sosial menggunakan perangkat?
- Aplikasi pada komputer (dekstop/laptop)
 - Aplikasi pada perangkat bergerak (smartphone/tablet)
 - Browser pada komputer (dekstop/laptop)
 - Browser pada perangkat bergerak (smartphone/tablet)
4. Anda mengakses media sosial paling sering menggunakan perangkat?
- Aplikasi pada komputer (dekstop/laptop)
 - Aplikasi pada perangkat bergerak (smartphone/tablet)
 - Browser pada komputer (dekstop/laptop)
 - Browser pada perangkat bergerak (smartphone/tablet)
5. Apakah Anda membaca dan memahami syarat dan ketentuan saat membuat akun media sosial?
- Membaca dan memahami
 - Membaca namun tidak memahami
 - Tidak membaca dan memahami
6. Tujuan Anda menggunakan media sosial?
- Belajar
 - Hiburan
 - Jual beli
 - Komunikasi
 - Pekerjaan
 - Riset
 - Other:
7. Berapa lama durasi penggunaan media sosial Anda setiap hari?
8. Metode login yang Anda gunakan untuk mengakses media sosial?
- E-mail
 - Username
 - Nomor handphone
 - Dengan akun media sosial lain
 - Other:

9. Apakah Anda mengetahui dan melakukan verifikasi akun melalui e-mail atau nomor handphone saat membuat akun media sosial?
- Mengetahui dan melakukan verifikasi akun
 - Mengetahui namun tidak melakukan verifikasi akun
 - Tidak mengetahui
10. Anda menggunakan password yang mengandung?
- Informasi pribadi (tanggal lahir, nama, alamat, dll)
 - Informasi umum (nama orang, nama benda, tempat, dll)
 - Password yang singkat dan mudah diingat (qwerty, 12345, admin, dll)
 - Karakter acak yang diperoleh melalui password generator
 - Other:
11. Panjang password yang Anda gunakan di media sosial?
- Kurang dari 8 karakter
 - 8 - 15 karakter
 - 16 - 24 karakter
 - 25 karakter atau lebih
12. Anda menggunakan password yang mengandung karakter?
- Angka
 - Huruf kapital
 - Huruf kecil
 - Karakter khusus
 - Tanda baca
13. Apakah Anda menyimpan password akun media sosial Anda baik secara tertulis maupun digital?
- Ya
 - Tidak
14. Anda menyimpan password akun media sosial pada?
- Pada lembaran tertulis (kertas, buku, dll)
 - PC atau Laptop (notepad, ms. office, dll)
 - Smartphone (note, keep, dll)
 - Cloud (docs, drive, dll)
 - Password management software
 - Tidak pernah

15. Apakah Anda rutin mengganti password media sosial?
- Satu bulan sekali
 - Beberapa bulan sekali
 - Satu tahun sekali
 - Beberapa tahun sekali
 - Tidak pernah
16. Apakah Anda menggunakan password yang sama untuk semua akun media sosial Anda?
- Ya
 - Beberapa password berbeda, namun ada password yang sama di beberapa akun media sosial
 - Tidak terdapat password yang sama pada akun media sosial
17. Apakah Anda menggunakan Two Factor Authentication (2FA) untuk melakukan login pada akun media sosial?
- Ya
 - Tidak
 - Tidak tahu
18. Apakah Anda berbagi akun media sosial?
- Ya
 - Sudah tidak lagi
 - Tidak pernah
19. Anda berbagi akun media sosial kepada?
- Orang tua
 - Saudara kandung
 - Pasangan
 - Teman
 - Kolega
 - Other:
20. Apakah Anda menggunakan Virtual Private Network (VPN) untuk mengakses media sosial?
- Sering
 - Kadang-kadang
 - Tidak pernah
 - Tidak tahu

21. Apakah Anda pernah mengalami percobaan pembobolan akun pada media sosial?

- Ya dan sudah pernah kebobolan
- Ya dan belum pernah kebobolan
- Tidak pernah
- Tidak tahu

Pendapat tentang penggunaan media sosial. Pada bagian ini berisi pertanyaan pendapat tentang penggunaan media sosial oleh Anda.

Pertanyaan tentang pertukaran informasi.

1. Saya dapat dengan mudah mendapatkan informasi melalui media sosial

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Cukup
- Setuju
- Sangat Setuju

2. Saya dapat dengan mudah menyebar informasi melalui media sosial

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Cukup
- Setuju
- Sangat Setuju

3. Saya dapat dengan mudah bertukar informasi melalui media sosial

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Cukup
- Setuju
- Sangat Setuju

Pertanyaan tentang akurasi informasi.

1. Saya dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya melalui media sosial

- Sangat Tidak Setuju
- Tidak Setuju
- Cukup
- Setuju

- Sangat Setuju
2. Saya dapat dengan mudah mengenali kebenaran suatu informasi yang saya dapatkan di media sosial
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
 3. Saya dapat mengenali pengguna media sosial yang menggunakan akun asli atau palsu
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
 4. Saya dapat membedakan antara akun media sosial yang dipegang oleh manusia atau bot
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju

Pertanyaan tentang aktivitas bisnis dan komersial.

1. Saya dapat dengan mudah berbelanja barang atau jasa melalui media sosial
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
2. Saya dapat dengan mudah menjual barang atau jasa melalui media sosial
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju

3. Saya dapat dengan mudah melakukan promosi bisnis atau kegiatan usaha di media sosial
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
4. Saya dapat dengan mudah menjalin komunikasi dengan rekan kerja atau mitra bisnis melalui media sosial
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju

Pertanyaan tentang aktivitas pendidikan dan edukasi.

1. Saya dapat dengan mudah mempelajari suatu hal melalui media sosial
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
2. Saya dapat dengan mudah mengasah keterampilan melalui media sosial
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
3. Saya dapat dengan mudah melakukan pengembangan diri melalui media sosial
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju

Pertanyaan tentang aktivitas hiburan.

1. Saya menggunakan media sosial agar tidak merasa kesepian
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
2. Saya menggunakan media sosial untuk mendapatkan hiburan yang mudah tanpa perlu keluar rumah
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
3. Saya menggunakan media sosial supaya dapat membantu saya merasa bahagia
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju

Pertanyaan tentang dampak negatif media sosial.

1. Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menerima informasi hoax melalui media sosial
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
2. Saya sadar siapa pun dapat dengan mudah menyebarkan informasi hoax melalui media sosial
 - Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup

- Setuju
 - Sangat Setuju
3. Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan cyber bullying
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
4. Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban cyber bullying
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
5. Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan ujaran kebencian (hate speech)
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
6. Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban ujaran kebencian (hate speech)
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
7. Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan pencurian identitas
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju

- Sangat Setuju
8. Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban pencurian identitas
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
9. Saya sadar media sosial mempermudah siapa saja untuk melakukan penipuan online
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju
10. Saya sadar media sosial memperbesar peluang saya menjadi korban penipuan online
- Sangat Tidak Setuju
 - Tidak Setuju
 - Cukup
 - Setuju
 - Sangat Setuju

