

# **WEBLOG DAN TINGKAT KETERBUKAAN DIRI**

**(Studi Korelasional Tentang Fasilitas Weblog di Internet Terhadap Tingkat Keterbukaan Diri Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara)**

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Sarjana (S-1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi

**Disusun oleh :**

**Wenny Suma**

**050904096**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2009**

## ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul *Weblog* dan Tingkat keterbukaan diri (Studi korelasional tentang fasilitas weblog di internet terhadap tingkat keterbukaan diri pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara) yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara *weblog* yang ada di internet dengan tingkat keterbukaan diri.

Penelitian ini menggunakan studi korelasional, yakni meneliti sejauh mana hubungan antara *weblog* dan tingkat keterbukaan diri.

Dalam penelitian ini, teori-teori yang dianggap relevan adalah Teknologi Komunikasi, Internet dan *Weblog*, Komunikasi Antarpribadi serta Teori *Self-disclosure*.

Populasi dalam penelitian ini adalah FISIP USU angkatan 2007 dan 2008 yang masih aktif, yang berjumlah 906 orang pada tahun ajaran 2008/2009. Untuk menentukan jumlah sampel dilakukan secara proporsional dengan mengambil hanya 3% dari populasi dan diperoleh sebanyak 25 orang responden.

Sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui dua cara, yaitu Penelitian Kepustakaan (*Library research*) dan Penelitian Lapangan (*Field Research*).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif, analisa korelasi dan uji hipotesa melalui rumus Koefisien Korelasi Tata Jenjang (*Rank Order*) oleh Spearman, dengan menggunakan aplikasi *Statistical Product and System Solution* (SPSS) 13. Untuk melihat kuat lemahnya korelasi (hubungan) kedua variabel dalam penelitian ini digunakan skala Guilford. Untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel X terhadap variabel Y serta mengetahui besar kekuatan pengaruh variabel X terhadap Y masih menggunakan aplikasi SPSS 15.

Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *weblog* dengan tingkat keterbukaan diri pada mahasiswa FISIP USU.

## KATA PENGANTAR

Segala hormat, puji dan syukur hanya bagi Allah Bapa di Surga yang telah menyertai penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Berkat-Nya yang melimpah atas diri penulis selama ini membuat penulis dapat bertahan dan berjalan hingga sejauh ini.

Apapun yang penulis lakukan dan katakan takkan cukup untuk membalas semua pemberian-Nya.

Untaian terima kasih yang paling tulus penulis persembahkan kepada kedua orangtua penulis, Bapak Ir. T. Simarmata yang merupakan sumber inspirasi dan teladan bagi penulis, yang selalu dapat bersikap sabar dan bijaksana menghadapi hidup. Ibu S. Parapat atas cinta kasih, doa dan semangat di sepanjang dua puluh dua tahun perjalanan hidup penulis. Kepada saudara-saudara penulis; Rudi Arman, S.Si Effi Uly, S.Ked dan Dear Bimbi atas perhatian dan kasih sayangnya. Lembaran ini tidak akan cukup untuk melukiskan rasa kasih penulis kepada kalian semua.

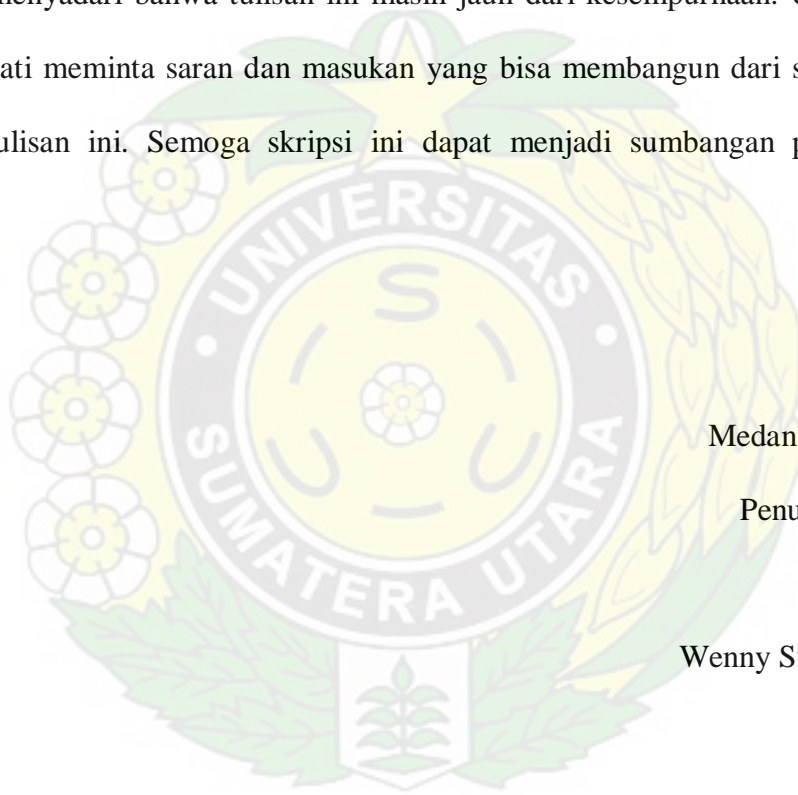
Skripsi yang berjudul *Weblog* dan Tindakan Menggunakannya ini dibuat sebagai salah satu pemenuhan syarat kelulusan dan perolehan gelar sarjana penulis dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara. Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, nasehat serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menghaturkan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Arif Nasution, M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
2. Bapak Drs. Amir Purba, M.A selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.

3. Bapak Haris Wijaya, S.Sos. selaku dosen pembimbing peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Pihak Rektorat USU yang telah banyak membantu khususnya dalam memperoleh data yang penting untuk mengerjakan skripsi ini.
5. Enda Nasution, Bapak Blogger Indonesia, yang memberikan semangat dan waktunya untuk berbagi informasi.
6. Keluarga besar Saragih dan Parapat dimanapun berada, yang selalu mendukung penulis dalam doa. Untuk semua sepupu-sepupu yang peneliti sayangi, khususnya Tika, terimakasih buat bantuan dan kebersamaannya.
7. Guru terbaik bagi peneliti; kak Yuna, terimakasih buat bimbingan, arahan, dan nasehatnya dalam menyelesaikan skripsi ini, sehingga pencerahan selalu ada.
8. Sahabat-sahabat terbaik peneliti; Rotua Nuraini, Christine Margaret, Tri Anggreini, Agustina, Gloria Lestari, Gustinawati, Senja Melani, Risa Agista, Rudi Darmawan, Anne Griselda, Ikram, terimakasih untuk tiga tahun kebersamaan dalam suka dan dukanya, Takkan pernah terlupakan semua kenangan kita.
9. Sahabat-sahabat peneliti ; Jani, Nina, Masri, Sonita, Meri, Meir dan Sudi yang telah banyak mengajari penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Endrow, Vani, Juni, dan Aren, orang-orang yang menjadi sumber inspirasi bagi peneliti.
11. Seluruh mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini, yang berasal dari jurusan lain, terutama Steven Guntur, Rio, Tuti, Oktoria, Pincuk dan lainnya yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.
12. Teman-teman Komunikasi 04 yang masih berjuang menyelesaikan skripsinya.

13. Adek-adek Komunikasi: Nova 05, Darma 06, Tiwi 06, Doli 06, Jo 06, terimakasih buat bantuan dan semangat dari kalian.
14. Masyarakat Cyber, teman-teman di YM, Friendster, Multiply, Komunitas dan Forum yang telah mendukung dan membantu dalam mendapatkan informasi.
15. Semua Pihak yang secara tidak sadar telah ikut membantu menyelesaikan tugas akhir ini, peneliti mengucapkan terimakasih banyak.

Peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, peneliti dengan rendah hati meminta saran dan masukan yang bisa membangun dari semua pihak demi kesempurnaan tulisan ini. Semoga skripsi ini dapat menjadi sumbangan pemikiran kepada pembacanya.



Medan, Desember 2009

Penulis,

Wenny Suma

## DAFTAR ISI

<b>Abstraksi</b> .....	<b>i</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>ii</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>v</b>
<b>Daftar Tabel dan Gambar</b> .....	<b>viii</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>xi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

I.1. Latar Belakang Masalah .....	1
I.2. Perumusan Masalah .....	5
I.3. Pembatasan Masalah .....	5
I.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	
I.4.1. Tujuan Penelitian .....	5
I.4.2. Manfaat Penelitian .....	6
I.5. Kerangka Teori .....	6
I.5.1. Komunikasi dan Komunikasi Massa .....	7
I.5.2. Teknologi Komunikasi .....	9
I.5.3. Internet .....	11
I.5.4. Weblog .....	12
I.5.5. Model AIDDA .....	14
I.6. Kerangka Konsep .....	16
I.7. Model Teoritis .....	17
I.8. Operasional Variabel .....	17
I.9. Definisi Operasional Variabel .....	18
I.10. Hipotesis .....	21

### **BAB II URAIAN TEORITIS**

II.1. Komunikasi dan Komunikasi Massa .....	22
---	----

II.1.1.	Pengertian Komunikasi .....	22
II.1.2.	Fungsi dan Tujuan Komunikasi .....	23
II.1.3.	Komunikasi Massa .....	25
II.1.4.	Karakteristik, Fungsi dan Efek Komunikasi Massa. ....	26
II.2.	Teknologi Komunikasi .....	29
II.3.	Internet .....	31
II.3.1.	Sekilas Mengenai Internet .....	32
II.3.2.	Dampak Yang Dihasilkan Oleh Internet .....	34
II.3.3.	Internet Sebagai Media Komunikasi .....	36
II.4.	Weblog .....	37
II.4.1.	Sekilas Mengenai Weblog .....	37
II.4.2.	Weblog Sebagai Perkembangan Dari Website .....	40
II.4.3.	Konsep dan Karakteristik Weblog .....	42
II.4.4.	Manfaat Weblog .....	46
II.5.	Model AIDDA .....	48
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
III.1.	Deskripsi Lokasi Penelitian .....	53
III.1.1.	Sejarah dan Perkembangan USU .....	53
III.1.2.	Infrastruktur USU .....	57
III.1.3.	Visi, Misi dan Tujuan USU .....	59
III.1.4.	Pilihan Program Studi .....	60
III.1.5.	Struktur Organisasi USU .....	62
III.2.	Metodologi Penelitian .....	67
III.3.	Lokasi Penelitian .....	67
III.4.	Populasi dan Sampel .....	68
III.5.	Teknik Penarikan Sampel .....	72
III.6.	Teknik Pengumpulan Data .....	73
III.7.	Teknik Analisa Data .....	73
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISA DAN PEMBAHASAN</b>	

IV.1.	Pelaksanaan Pengumpulan Data .....	76
IV.1.1.	Tahap Awal .....	76
IV.1.2.	Pengumpulan Data .....	76
IV.2.	Teknik Pengolahan Data .....	77
IV.3.	Analisa Tabel Tunggal .....	79
IV.3.1.	Karakteristik Responden .....	79
IV.3.2.	Fasilitas Weblog di Internet .....	86
IV.3.3.	Tindakan Menggunakan Weblog .....	106
IV.4.	Analisa Tabel Silang .....	122
IV.5.	Uji Hipotesa .....	132
IV.6.	Pembahasan .....	134
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
V.1.	Kesimpulan .....	136
V.2.	Saran .....	137
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		





# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Munculnya media komunikasi internet dalam kehidupan manusia memang menghadirkan suatu peradaban baru khususnya dalam proses komunikasi dan informasi baik yang bersifat massa maupun pribadi. Internet sebagai media komunikasi dan informasi, menunjukkan sebuah tanda bahwa manusia telah berada dalam arus globalisasi yang akan membawa perubahan terhadap jarak, ruang dan waktu. Globalisasi ini jugalah yang akan membawa suatu efek sosial yang bermuatan perubahan nilai-nilai sosial dan budaya dalam kehidupan manusia.

Salah satu fenomena yang muncul dari perkembangan teknologi internet saat ini yaitu *Weblog (blog)*. *Blog* kini menjadi salah satu kosakata baru yang banyak diucapkan oleh penduduk dunia, terutama di negara yang infrastruktur internetnya sudah baik. *Blog* tiba-tiba menjadi kata ajaib yang membuat dunia semakin tanpa batas, tanpa sekat. Seseorang yang bukan siapa-siapa dapat dikenal luas di seantero bumi berkat tulisan di *blog*nya (harian Kompas, 2 November 2007).

Sejak teknologi *Web* (situs) pertama kali ditemukan, banyak orang yakin *Web* (situs) akan mempermudah orang untuk menerbitkan naskah secara *online*. Orang tidak perlu birokrasi berbelit-belit untuk menerbitkan naskah, juga tidak perlu tergantung kepada perusahaan penerbitan. Siapa saja, asal bisa menulis, seseorang bisa langsung menerbitkannya dan berpotensi dibaca oleh banyak orang di seluruh dunia.

Tapi keyakinan itu tidak terbukti sampai menjelang akhir 90-an, tidak sembarang orang bisa menerbitkan tulisannya di internet. Karena ternyata, agar naskahnya bisa terpajang dengan

baik di *Web* (situs) orang tidak cukup bermodalkan kemampuan menulis tetapi juga dituntut untuk paham HTML (*Hypertext Markup Language*) dan mengerti cara mengirimkan file dokumen naskahnya ke server lewat *FTP* (*File Transfer Protocol*). Selain itu setiap orang yang ingin membuat website juga harus paham dengan istilah-istilah seperti URL dan Surfing.

URL (Universal Resource Locator) adalah konsep nama file standard yang diperluas dengan jaringannya. Nama file ini tidak hanya menunjukkan direktori dan nama filenya, tetapi juga nama mesinnya dalam jaringan. URL dapat disediakan (ada atau tidak diakses) dengan berbagai metoda, dan bisa jadi bukan sekedar file, karena URL dapat menunjukkan dokumen yang disimpan dalam database, hasil suatu perintah, atau apapun yang berkaitan dengan data hasil proses. Sedangkan surfing berarti kegiatan menelusuri dan mencari informasi dalam internet melalui layanan informasi web. Jelas, tidak semua orang punya ketekunan dan kemampuan untuk menangani hal-hal semacam itu.

Keyakinan bahwa *Web* (situs) di internet dapat mempermudah orang untuk menerbitkan naskahnya baru terbukti sejak Internet dilanda Demam *Weblog*. *Weblog* yang sering disebut blog ini, adalah publikasi sederhana naskah-naskah yang ditata berdasarkan urutan waktu seperti layaknya sebuah jurnal atau catatan harian. Melalui *blog* siapa saja dapat menerbitkan tulisannya baik yang bersifat umum maupun pribadi dari berbagai kalangan dan profesi contohnya mahasiswa, pelajar, dokter, pengusaha, pekerja atau bahkan selebriti. Motif untuk menerbitkan naskah lewat *blog* boleh apa saja. Dari yang ingin meniti karir sebagai penulis, menjadikan *weblog* sebagai catatan harian pribadi atau bahkan mencari uang alias berbisnis juga dapat dilakukan melalui *weblog* (Komputer Aktif, 7 April 2004).

Ada begitu banyak layanan gratis untuk membuat *weblog* di internet, seperti *blogger.com*, *wordpress.com*, dan *blogdrive.com*. Layanan *weblog* juga dapat ditemukan pada

situs-situs situs jaringan pertemanan (*social net working site*) yang saat ini juga lagi marak-maraknya seperti situs *Friendster*, *MySpace*, *Multiply*. Semua situs ini dapat diakses dengan mudah dan menyerahkan semua tanggung jawabnya kepada pengguna tanpa ada sensor dari perusahaan penyedia layanan ini.

Dari beberapa alasan tersebut maka tidak heran banyak orang tertarik dan berminat untuk membuat *blog*. *Techonocraft*, situs pencatat *web* melaporkan bahwa sampai akhir tahun 2007, terdapat 106 juta *blog* warga dunia dan di Indonesia tercatat 130.000 *blog*. Jumlah ini diperkirakan akan terus bertambah secara agerat (majalah *Dictum*, No 3, Desember 2007). Bahkan Menurut BBC, setiap satu detik lahir satu *blog* baru di dunia maya (harian *Kompas*, 2 November 2007).

Dalam situs *m-w.com*, fenomena *weblog* ditunjukkan dengan terpilihnya kata "*blog*" sebagai "*Words Of The Year 2004*" oleh penerbit kamus kenamaan "*Meriam-Webster*". ABC News di Amerika menobatkan "*blogger*" sebagai "*People of the year 2004*", begitu juga dengan majalah *TIME* dalam situsnya *www.time.com* juga menetapkan "*blogger*" sebagai "*Person of the year 2004*" (<http://nurriest.blogdrive.com/archive/10.html>).

Kehadiran *weblog* benar-benar sangat fenomenal dan sangat membantu dalam percepatan era digital khususnya bagi negara berkembang, termasuk Indonesia. *Weblog* pun mampu menghadirkan gaya hidup dan kebiasaan baru kepada para *blogger*, sebutan kepada para pemakai *blog*. *Ngeblog* (*blogging*) saat ini sudah menjadi suatu kebutuhan baik sekedar untuk melampiaskan emosi atau untuk membagikan pengalaman dan informasi yang didapat. Bahkan, sekarang orang yang melek internet tetapi belum *nge-blog*, istilah yang merujuk pada aktivitas dalam membuat dan mengisi *blog*, dianggap ketinggalan zaman (harian *Kompas*, 2 November 2007).

Melalui *blog* orang yang tadinya tidak saling kenal dapat berkomunikasi melalui tulisan yang memunculkan ikatan yang unik dan bersifat pribadi di dunia nyata. Pesta *blogger* 2007 yang digelar di Jakarta dan dihadiri oleh sekitar 500 *blogger*, menjadi bukti konkret bahwa *blog* merupakan alat komunikasi efektif di masa yang akan datang. Bahkan melalui pertemuan antara *blogger* tersebut “Hari *Blogger* Nasional” pun diklaim pada saat itu yaitu tanggal 27 Oktober (harian Kompas, 2 November 2007).

Fenomena *blog* yang merambah ke dunia nyata akhirnya memunculkan banyak kajian dan penelitian mengenai *weblog* itu sendiri, baik di media cetak maupun elektronik, sehingga membuat *weblog* semakin populer di masyarakat

Anderson, 2002 mengatakan bahwa dari sekian banyak kalangan yang menggunakan Internet, sebagian besar adalah mahasiswa (*full-time college student*). Mereka sangat berpotensi untuk mengalami berbagai masalah yang berkaitan dengan penggunaan Internet (Athari, 2004 : 177).

Dengan memiliki account pada sebuah *weblog* di suatu situs, maka sang pemilik dengan leluasa menceritakan pengalaman sehari-harinya, kegiatannya, penulisan jurnal ilmiah, bahkan hingga persoalan pribadi pun kerap diposting oleh pemilik *weblog* dan dapat dibaca oleh siapa saja yang mengaksesnya. Fenomena *weblog* ini cukup unik, di mana para mahasiswa yang memiliki *blog* senantiasa meng-*update* kisahnya dan kerap meminta saran kepada para pembaca *blog* tersebut. Dan para pengunjung *blog* pun dapat memberikan respon terhadap informasi yang dibacanya dari *blog* tersebut dengan cara meninggalkan komentar.

Dari hal-hal tersebut maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian pada mahasiswa FISIP USU mengenai bagaimana hubungan antara fasilitas *weblog* dengan tingkat keterbukaan diri.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :“Sejauhmanakah hubungan antara fasilitas *weblog* di internet dengan tingkat keterbukaan diri di kalangan mahasiswa FISIP USU?”

## **I.3 Pembatasan Masalah**

Untuk menghindari lingkup penelitian yang terlalu luas sehingga dapat mengaburkan penelitian, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti.

Adapun pembatasan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini meneliti tentang fasilitas *weblog* di Internet dan bukan *website* milik pribadi.
- b. Objek penelitian adalah mahasiswa FISIP USU program S-1 angkatan 2007-2008 yang memiliki *blog*
- c. Penelitian dilakukan mulai bulan Oktober-November 2009

## **I.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **I.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui tentang daya tarik *weblog* di internet.
- b. Untuk mengetahui tingkat penggunaan *weblog* di kalangan mahasiswa.
- c. Untuk mengetahui terpaan teknologi terhadap mahasiswa.
- d. Untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara *weblog* dengan tingkat keterbukaan diri di kalangan mahasiswa FISIP USU.

#### **I.4.2 Manfaat Penelitian**

- a. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperkaya bahan referensi, bahan penelitian serta sumber bacaan di lingkungan FISIP USU.
- b. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai perkembangan teknologi komunikasi.
- c. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik para pebisnis internet maupun para pengguna internet.

#### **I.5 Kerangka Teori**

Kerlinger menyebutkan, teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi di antara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut (Rakhmat, 2004 : 6).

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik-tolak atau landasan berfikir dalam memecahkan atau menyoroti masalahnya. Untuk itu perlu disusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana masalah penelitian akan disoroti (Nawawi, 2001 : 39).

Dalam penelitian ini, teori-teori yang dianggap relevan adalah Teknologi Komunikasi, Internet dan *Weblog*, Komunikasi Antarpribadi serta Teori *Self-disclosure*.

##### **1.5.1 Teknologi Komunikasi**

Teknologi komunikasi adalah suatu penerapan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan komunikasi (Lubis,1997:42). Rogers,1986 dalam Lubis (1997:42), mendefinisikan teknologi komunikasi sebagai “alat perangkat keras, struktur organisasi dan nilai-nilai sosial yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses dan mempertukarkan informasi dengan orang lain”.

Perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini berlangsung demikian pesatnya sehingga para ahli menyebut gejala ini sebagai suatu revolusi. Sekalipun kemajuan tersebut masih dalam perjalannya, sejak sekarang sudah dapat diperkirakan terjadinya berbagai perubahan di bidang komunikasi maupun bidang-bidang kehidupan lain yang berhubungan, sebagai implikasi dari perkembangan keadaan yang dimaksud. Perubahan-perubahan yang kelak terjadi, terutama disebabkan berbagai kemampuan dan potensi teknologi komunikasi tersebut, yang memungkinkan manusia untuk saling berhubungan dan memenuhi kebutuhan komunikasi mereka secara hampir tanpa batas (Nasution, 1990 : 6).

Bell, 1979 dalam Nasution (1990 : 11) , menyebutkan beberapa wujud sistem komunikasi yang dihasilkan oleh kemajuan teknologi, yaitu :

1. Jaringan pengolahan data yang kelak memungkinkan orang berbelanja cukup dengan menekan tombol-tombol komputer di rumah masing-masing. Pesanan akan dikirimkan langsung ke rumah pemesan oleh toko tempat berbelanja.
2. Bank informasi dan sistem penelusuran, yang memungkinkan pemakainnya menelusuri informasi yang diperlukan serta memperoleh kopi cetakannya dalam sekejap mata.
3. Sistem teleks, yang menyediakan informasi mengenai segala rupa kebutuhan. Seperti berita, cuaca, informasi finansial, iklan terklasifikasi, katalog segala macam produk dan sebagainya lewat layar televisi di rumah masing-masing.



4. Sistem faksimil yang memungkinkan pengiriman dokumen secara elektronik.
5. Jaringan komputer interaktif, yang memungkinkan pihak-pihak berkomunikasi mendiskusikan informasi melalui komputer.

### 1.5.2 Internet

Asal mula internet adalah terjadinya suatu ledakan yang tak terduga ditahun 1969, yaitu dengan lahirnya Arpanet, suatu proyek eksperimen Kementerian Pertahanan Amerika Serikat bernama DAPRA (*Departement of Defense Advanced Research Projects Agency*).

Pada awalnya ada empat aplikasi utama pada internet yaitu *e-mail*, *news*, *remote*, *login*, dan *file transfer*. Salah satu aplikasi baru yang muncul yaitu *World Wide Web* (WWW) yang merupakan arsitektur kerja dalam mengakses dokumen-dokumen yang tersebar pada ribuan mesin di internet. *Web* mulai dimunculkan pada tahun 1989 oleh CERN, Pusat Penelitian Nuklir Eropa. WWW diusulkan oleh Tim Berners-Lee pada bulan Maret 1989 dan 18 bulan kemudian berhasil dibuat protipe pertama berbasis teks. Pengembangan terus dilakukan sampai interface grafis didapat pada bulan Februari 1993 (Tharom, Dinata dan Xerandy, 2002 : 61)

Berkembangnya teknologi komunikasi baru menurut Rogers 1986, mempunyai ciri utama yaitu *interactivity* (interaktivitas) atau kemampuan internet untuk becakap-cakap dengan penggunanya. Sifat interaktif ini dapat ditemukan pada berbagai aplikasi yang ada di internet. Contohnya adalah *chat rooms*, *online games*, dan *bulletin board* (Athari, 2004 : 196).

Turkle, 1995 dalam Saverin dan Tankard (2007 : 447) menjelaskan bahwa komunitas maya (komunitas yang banyak muncul di dunia komunikasi elektronik) saling berkomunikasi dengan menggunakan ruang *chatting*, *e-mail*, *milis*, dan kelompok-kelompok diskusi via elektronik. Dunia maya memungkinkan semua orang tinggal di berbagai penjuru dunia yang memiliki ketertarikan yang sama dapat berkumpul untuk membicarakannya.

### 1.5.3 Weblog

Pada perkembangan selanjutnya, hadir situs-situs komunitas yang dapat dipakai oleh komunitas untuk saling berkomunikasi dan bersosialisasi. *Weblog* sendiri yang pada awalnya berkonsep *diary online* dan berisi hal-hal pribadi bertransformasi menjadi situs komunitas dengan hadirnya fasilitas-fasilitas baru seperti pertautan (*link*) yang akhirnya menghubungkan jurnal pribadi seorang *blogger* dengan *blogger* lain (Majalah Dictum, No3, Desember 2007)

Adapun sistem yang digunakan oleh *blog* yaitu CMS (*Content Management System*) atau sistem pengelolaan isi web. CMS telah ditemukan terlebih dahulu dan biasa dipakai oleh media-media *online* untuk mempermudah mereka dalam mengelola penerbitan berita atau cerita secara *online*. Namun dalam *blog*, CMS mengalami penyederhanaan sehingga siapapun bisa dengan mudah menulis naskah dan menerbitkannya secara *online*. Tidak harus menggunakan HTML seperti dalam situs biasa. Dengan kata lain ketrampilan yang dibutuhkan hanyalah kemampuan dan keinginan untuk menulis (Rouf, 2005: 2).

Cara menggunakan *weblog* pun sangat mudah. Tinggal masuk kesalah satu situs *weblog* nya langsung misalnya [www.blogger.com](http://www.blogger.com), [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com), [www.blogspot.com](http://www.blogspot.com) atau situs-situs yang menyediakan fasilitas *weblog* di dalamnya, misalnya [www.friendster.com](http://www.friendster.com) atau [www.multiply.com](http://www.multiply.com). Meskipun ada perbedaan dalam petunjuk pembuatan masing-masing situs *weblog*, namun pada dasarnya adalah sama. Para *user* harus membuat *account* baru dan diminta untuk mengisi *form* mengenai data pribadi, *user name*, *password*, dan email yang digunakan. Setelah itu *user* harus membuat nama *blog*, baik itu *blog title*-nya maupun *blog address* (URL)-nya. Terakhir *blog* dapat didesain dan dibuat semenarik mungkin sesuai keinginan masing-masing. Setelah selesai *user* dapat memulai menulis dan mempublikasikan (*posting*) hasil tulisannya kepada orang lain.

Beberapa hal yang membuat *weblog* menarik adalah karakter interaktivitasnya, keragaman isi, kecepatan dan perwajahnya. Jika televisi dan surat kabar memiliki tingkat interaktivitas yang rendah antara komunikator dan audiensnya, maka tidak demikian dengan *weblog*. Setiap orang bisa berkunjung ke *weblog* mana saja, membaca, dan meninggalkan komentar. Melalui *weblog* seseorang dapat mengomentari *posting* atau komentar orang lain (Majalah Dictum, No 3, Desember 2007).

Hampir sama dengan Fenomena Facebook, *weblog* juga semakin kuat geliatnya dalam dunia internet. Perbedaan yang paling mendasar dengan facebook adalah situs facebook tersebut merupakan suatu situs jejaring sosial yang pada umumnya bertujuan untuk mencari teman, kenalan baru, relasi ataupun sahabat lama yang sudah lama tidak saling bertemu. Sifat dari facebook juga privat, dan hanya teman-teman yang sudah dalam satu pertemanan yang bisa saling memberikan komentar. Sedangkan *weblog* lebih kepada interaksi dari heterogenitas pengguna internet, karena setiap orang dapat mengomentari postingan yang dibuat oleh sang pemilik account *weblog*.

William, Rice, dan Rogers, 1988 dalam Severin dan Tankard (2007 : 448), mendefinisikan interaktivitas sebagai “tingkatan dimana pada proses komunikasi para partisipan memiliki kontrol terhadap peran, dan dapat bertukar peran, dalam dialog mutual mereka”. Penelitian yang dilakukan Mc Millan dan Downes (1998) yang berdasarkan pada wawancara dengan para pakar teknologi baru, mengidentifikasi enam dimensi interaktivitas. Mereka menyebutkan bahwa akan terjadi interaktivitas yang lebih besar dengan cara pemberian informasi daripada persuasi, lebih banyak kontrol oleh pengguna, lebih banyak aktivitas oleh pengguna, bukan komunitas satu-arah tapi dua-arah, komunikasi yang terjadi pada waktu-waktu yang fleksibel, dan komunikasi yang terjadi di tempat yang tidak sebenarnya.

Dua peneliti, Louise Ha dan Lincoln James, mengatakan bahwa interaktivitas pada *World Wide Web* memiliki lima dimensi penting : (1) daya hiburan – *game* dan kuis-kuis yang dapat diikuti partisipan; (2) pilihan – memberikan alternatif pengguna, termasuk alternatif untuk mengakhiri komunikasi setiap saat; (3) daya sambung – memberikan sebuah situs yang lengkap yang melibatkan pengguna (daya sambung ini juga dapat tercipta terus melalui kunjungan berulang ke situs yang ada); (4) koleksi informasi – kumpulan demografik, psikografis pengguna, dan kadang-kadang karakteristik personal oleh *website*; dan (5) komunikasi timbal balik – komunikasi dua-arah, disediakan pada berbagai *website* oleh email, yang didalamnya para pengunjung situs dapat memasukkan data, dan sebagainya (Severin dan Tankard,2005:449).

#### **1.5.4 Komunikasi Antarpribadi**

Dikutip oleh Liliweri (1991 : 12), Devito menjelaskan komunikasi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan telah diterima oleh orang lain atau sekelompok orang lain dengan efek dan efek umpan balik yang berlangsung. Untuk memperjelas pengertian komunikasi antarpribadi Devito memberikan beberapa ciri komunikasi antar pribadi :

1. Keterbukaan

Komunikator dan komunikan saling mengungkapkan segala ide atau gagasan bahwa permasalahan secara bebas (tidak ditutupi) dan terbuka tanpa rasa takut atau malu, keduanya saling mengerti dan memahami pribadi masing-masing.

2. Empati

Kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada orang lain.

3. Dukungan

Setiap pendapat, ide atau gagasan yang disampaikan mendapat dukungan dari pihak-pihak yang berkomunikasi. Dengan demikian keinginan atau hasrat yang ada dimotivasi

untuk mencapainya. Dukungan membantu seseorang untuk lebih bersemangat dalam melaksanakan aktivitas serta meraih tujuan yang didambakan.

#### 4. Rasa Positif

Setiap pembicaraan yang disampaikan dapat tanggapan yang positif, rasa positif menghindarkan pihak-pihak yang berkomunikasi untuk tidak curiga atau berprasangka yang mengganggu jalinan interaksi.

#### 5. Kesamaan

Suatu komunikasi lebih akrab dan jalinan pribadi pun lebih kuat apabila memiliki kesamaan tertentu seperti kesamaan pandangan, sikap, usia, ideologi dan sebagainya.

Peranan ICT (*Internet Communication Technology*) terhadap kehidupan pribadi manusia cukup tinggi. Banyak hal dalam kehidupan sehari-hari manusia terbantu dengan adanya Teknologi Komunikasi Internet ini. Misalnya saja, segala sesuatunya lebih mudah dengan adanya sistem belanja online. Sehingga untuk membeli suatu jenis produk tertentu, seseorang tidak harus berada di pasar nyata dan bertemu dengan penjual barang. Namun, tidak semua kemudahan yang diberikan oleh media komunikasi yang mengandalkan bidang teknologi ini memiliki dampak yang positif. Salah satunya adalah fasilitas weblog yang diberikan oleh beberapa situs. Weblog adalah dampak dari ICT yang bersifat individualistik. Dikatakan demikian karena, seseorang memiliki tingkat intensitas berkomunikasi lebih sering dengan dunia maya. Mereka menceritakan segala permasalahan mereka pada blog, dan tidak menceritakan kepada orang di sekitar lingkungan dirinya. Mereka juga lebih senang dengan komunitas yang ada di dunia maya dibandingkan dunia nyata.

### **1.5.5 Teori *Self-disclosure***

Menurut Devito (1997:231-232), teori *self disclosure* atau pembukaan diri merupakan proses mengungkapkan reaksi atau tanggapan kita terhadap situasi yang sedang kita hadapi serta memberikan informasi guna memahami suatu tanggapan terhadap orang lain dan sebaliknya. Membuka diri berarti membagikan kepada orang lain perasaan kita terhadap suatu yang telah dikatakan atau dilakukannya, atau perasaan kita terhadap suatu kejadian-kejadian yang baru saja kita saksikan.

Beberapa manfaat dan dampak pembukaan diri terhadap hubungan antar pribadi adalah sebagai berikut :

1. Pembukaan diri merupakan dasar bagi hubungan yang sehat antara dua orang
2. Semakin kita bersikap terbuka kepada orang lain, maka orang tersebut akan menyukai diri kita, sehingga ia akan semakin membuka diri kepada kita.
3. Orang yang rela membuka diri kepada orang lain terbukti cenderung memiliki sifat-sifat sebagai berikut : kompeten, terbuka, ekstrover, fleksibel, adaptif dan inteligen.
4. Membuka diri pada orang lain merupakan dasar relasi yang memungkinkan komunikasi intim baik dengan diri kita sendiri maupun dengan orang lain.
5. membuka diri berarti berarti bersikap realistik, maka di dalam pembukaan diri kita haruslah jujur, tulus, dan autentik.

Teori *Self Disclosure* atau proses pengungkapan diri yang telah lama menjadi fokus penelitian dan teori komunikasi mengenai hubungan merupakan proses mengungkapkan informasi pribadi kita kepada orang lain dan seterusnya. Josep Luft mengemukakan teori *Self Disclosure* berdasarkan pada modal interaksi model interaksi manusia yang di sebut *Johari Window*. Ada 4 ruang yakni terbuka, buta, tersembunyi, dan tidak dikenal.

## I.6 Kerangka Konsep

Berdasarkan operasionalisasi konsep penelitian, adapun variabel yang digunakan harus ditetapkan dua variabel :

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Variabel Bebas atau *Independence Variable* (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel yang lain (Rakhmat, 2004 : 12). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Weblog*.

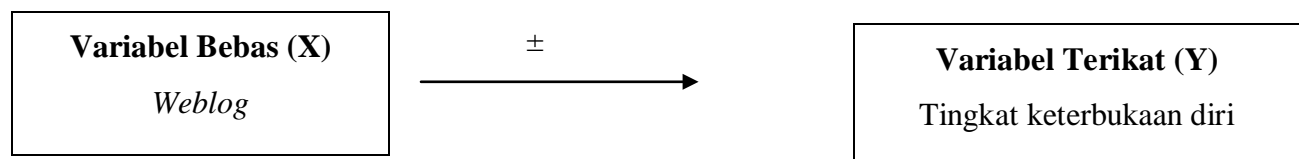
- Variabel Terikat atau *Dependence Variable* (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya (Rakhmat, 2004 : 12). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah tingkat keterbukaan diri di kalangan Mahasiswa.

## I.7 Model Teoritis

Variabel-variabel yang telah dikelompokkan dalam kerangka konsep akan dibentuk menjadi suatu model teoritis sebagai berikut :

**Gambar.1 Model Teoritis**



## I.8 Variabel Operasional

Dalam proses penelitian yang dilakukan, kerangka konsep yang digunakan adalah yang telah dipilih, ditetapkan melalui judul penelitian yakni “Weblog dan Tingkat Keterbukaan Diri”. Dengan demikian operasionalisasi dari penerjemahan kerangka konsep dapat diterjemahkan sebagai berikut:

**Tabel 1. Variabel Operasional**

Variabel Teoritis	Variabel Operasional
Variabel Bebas (X)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daya Hibur</li> <li>- Daya Sambung</li> <li>- Lebih banyak kontrol oleh pengguna</li> <li>- Lebih banyak aktivitas oleh pengguna</li> <li>- Memberikan pilihan/alternatif pada pengguna</li> <li>- Koleksi Informasi</li> <li>- Komunikasi dua-arah</li> <li>- Komunikasi yang terjadi pada waktu-waktu yang fleksibel</li> <li>- Komunikasi yang terjadi di tempat yang tidak sebenarnya</li> </ul>
Weblog	
Karakteristik Responden	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Usia</li> <li>- Angkatan</li> <li>- Jenis Kelamin</li> <li>- Uang Saku</li> </ul>
Variabel Terikat (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terbuka</li> </ul>



Tingkat keterbukaan diri	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buta</li> <li>- Tersembunyi</li> <li>- Tidak dikenal</li> </ul>
--------------------------	--

## I.9 Defenisi Operasional

Dalam penelitian ini, defenisi operasional berfungsi untuk memperjelas pengertian variabel-variabel. Adapun yang menjadi defenisi operasional dalam penulisan ini adalah :

**Tabel 2. Defenisi Operasional**

Keterangan	Uraian
Variabel Bebas (X)  Weblog  Adalah konsep <i>diary online</i> dan berisi hal-hal pribadi bertransformasi menjadi situs komunitas dengan hadirnya fasilitas-fasilitas baru seperti pertautan ( <i>link</i> ) yang akhirnya menghubungkan jurnal pribadi seorang <i>blogger</i> dengan <i>blogger</i> lain	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Daya hiburan, yaitu kemampuan yang dimiliki <i>weblog</i> sebagai sarana hiburan yang menarik bagi pengguna.</li> <li>b. Daya sambung, yaitu kemampuan <i>weblog</i> untuk membuat pengguna melakukan kunjungan terus menerus.</li> <li>c. Lebih banyak kontrol oleh pengguna, yaitu kemampuan/kebebasan yang</li> </ol>

	<p>diberikan kepada pengguna untuk mengontrol banyak hal, khususnya terhadap <i>weblog</i> pribadinya, sesuai yang diinginkan.</p> <p>d. Lebih banyak aktivitas oleh pengguna, yaitu pengguna melakukan lebih banyak aktivitas dalam <i>weblog</i> akibat adanya fasilitas yang disediakan.</p> <p>e. Memberikan pilihan/alternatif pada pengguna, yaitu kebebasan yang diberikan pada pengguna untuk memilih fasilitas mana yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan, termasuk pilihan dalam hal mempercantik <i>weblog</i> ataupun dalam hal mengakses dan memberikan komentar kepada <i>blog</i> lain.</p> <p>f. Koleksi informasi, yaitu kumpulan informasi yang dapat diperoleh atau diberikan oleh pengguna saat menggunakan <i>weblog</i>.</p>
--	--

	<p>g. Komunikasi dua-arah, yaitu komunikasi timbal-balik antara para pengguna <i>blog (blogger)</i></p> <p>h. Komunikasi yang terjadi pada waktu-waktu yang fleksibel, yaitu komunikasi yang dapat dilakukan kapan saja.</p> <p>i. Komunikasi yang terjadi di tempat yang tidak sebenarnya, yaitu komunikasi yang dilakukan di dunia maya bukan di kehidupan nyata.</p>
<p>Variabel Terikat (Y)</p> <p>Tingkat Keterbukaan diri</p> <p>Adalah proses mengungkapkan reaksi atau tanggapan kita terhadap situasi yang sedang kita hadapi serta memberikan informasi guna memahami suatu tanggapan terhadap orang lain dan sebaliknya</p>	<p>a. Terbuka, yaitu kondisi hubungan yang saling mengetahui.</p> <p>b. Buta, yaitu kondisi hubungan yang diketahui orang lain tapi tidak dengan diri sendiri.</p> <p>c. Tersembunyi, yaitu hubungan yang diketahui diri sendiri, tapi tidak dengan orang lain.</p> <p>d. Tidak dikenal, kedua pihak sama-sama tidak mengetahui hubungan</p>

## I.10 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan tentatip yang berhubungan dengan permasalahan sehingga berguna dalam mencari / mendapatkan alat pemecahan (Singarimbun, 2006 : 43).

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang masih harus diuji kebenarannya secara empirik.

Adapun hipotesa dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ha : Terdapat hubungan antara *weblog* dengan Tingkat Keterbukaan diri di kalangan mahasiswa FISIP USU.

Ho : Tidak terdapat hubungan antara *weblog* dengan Tingkat Keterbukaan diri di kalangan mahasiswa FISIP USU

## BAB II

### URAIAN TEORITIS

#### II.1 Teknologi Komunikasi

Saat ini penemuan teknologi komunikasi telah memberikan banyak kemudahan bagi manusia. Misalnya dalam melakukan informasi transaksi maupun transportasi. Perkembangan teknologi ini juga meningkatkan standard hidup manusia.

“Teknologi” antara lain dapat diartikan sebagai penerapan ilmu pengetahuan dalam suatu bidang. “teknologi komunikasi” adalah suatu penerapan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan komunikasi. “komunikasi” adalah upaya untuk menciptakan “kebersamaan dalam makna” (*commonness in meaning*). Dengan demikian, teknologi komunikasi merupakan penerapan ilmu pengetahuan guna melancarkan upaya untuk mencapai kebersamaan dalam makna antar orang dalam masyarakat (Lubis, 1997 : 42)

Everett M. Rogers, 1986 dalam Bungin (2006 : 111), mengatakan bahwa dalam hubungan komunikasi di masyarakat, dikenal empat era komunikasi, yaitu era tulis, era media cetak, era media telekomunikasi, dan era media komunikasi interaktif. Dalam era terakhir, yakni era media komunikasi interaktif dikenal media komputer, *videotext*, *teleconferencing*, TV kabel, dan sebagainya. Berdasarkan penjelasan Rogers itulah, maka masyarakat percaya bahwa perkembangan teknologi media berkembang dimulai dari era media tulis dan cetak.

Sementara itu Haag dkk, 2000 dalam Bungin (2006 : 113) membagi teknologi komunikasi informasi menjadi 6 kelompok yaitu :

- Teknologi masukan (*input technology*)

- Teknologi keluaran (*output technology*)
- Teknologi perangkat lunak (*software technology*)
- Teknologi penyimpanan (*storage technology*)
- Teknologi telekomunikasi (*telecommunication technology*)

Menurut Ploman, 1981 dalam Nasution (1990 : 11), kemajuan teknologi komunikasi tersebut ditandai oleh tiga karakteristik berikut ini:

1. Tersedianya keluwesan dan kesempatan memilih diantara berbagai metode dan alat untuk melayani kebutuhan manusia dalam komunikasi. Bila pada masa lalu hanya ada alat peralatan “berat”, yang profesional, dan mahal, maka kini tersedia bermacam sarana yang lebih “ringan”, metode yang hanya memerlukan ketrampilan minimal, serta murah. Dengan kata lain, kini kita bisa memilih sendiri tingkat teknologi yang kita perlukan.
2. Kemungkinan mengkombinasikan teknologi, metode, dan sistem-sistem yang berbeda dan terpisah selama ini. Berbagai bentuk baru transfer komunikasi dan informasi telah dimungkinkan dengan pengkombinasian tersebut.
3. Kecenderungan ke arah desentralisasi, individualisasi dalam konsep dan pola pemakaian teknologi komunikasi.

Berdasarkan karakteristik serta bentuk-bentuk wujud fisik teknologi komunikasi tersebut, dapat diperkirakan betapa luasnya potensi teknologi komunikasi sehingga penerapannya pun akan meliputi berbagai bidang kehidupan manusia.

Teknologi komunikasi berubah dengan begitu cepat sehingga banyak orang berbicara tentang “revolusi teknologi” atau “ledakan informasi”. Beberapa teknologi baru yang sedang dalam proses pengembangan atau yang ada sekarang adalah *videotape recorder*, *video cassette*, televisi kabel, surat kabar *online*, akses pelayanan informasi komputer dengan komputer pribadi

di rumah, internet dan World Wide Web, serta CD-ROM. Banyak teknologi ini mempunyai dampak dramatis yaitu memberikan pengguna kontrol yang jauh lebih banyak pada proses telekomunikasi dan informasi yang diterima (Severin dan Tankard, 2007: 305).

Dalam laporan US Departemant Of Commerce, “The Emerging Digital Economy” yang diterbitkan pada bulan Mei 1998, menyebutkan bahwa internet tumbuh dengan sangat cepat, mencapai 50 juta *user*, hanya dalam waktu 4 tahun sejak diperkenalkan kepada publik. Pertumbuhan ini sangat cepat dibandingkan dengan teknologi lain seperti pesawat TV, PC (*Personal Computer*) dan Radio (Febrian, 2005 : 40).

## **II.2 Internet**

Perubahan terbesar di bidang komunikasi 40 tahun terakhir (sejak munculnya TV) adalah penemuan dan pertumbuhan internet (Severin dan Tankard, 2007 : 443).

Lahirnya era komunikasi interaktif ditandai dengan terjadinya diversifikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon, radio, komputer, dan televisi menjadi satu dan menandai teknologi yang disebut dengan internet (Bungin, 2006 : 113). Internet merupakan salah satu solusi luar biasa yang pernah diciptakan oleh manusia, informasi apapun dan dari manapun memungkinkan untuk didapatkan melalui teknologi ini (Febrian, 2005 : 1)

### **II.2.1. Sekilas Mengenai Internet**

Internet berasal dari kata *Interconnection Networking* yang berarti Jaringan yang saling berhubungan. Disebut demikian karena internet merupakan jaringan komputer-komputer diseluruh dunia yang saling berhubungan dengan bantuan jalur telekomunikasi (Akbar, 2005 : 10). Selain itu, internet juga merupakan kumpulan dari manusia-manusia yang secara aktif berpartisipasi sehingga membuat internet menjadi sumber daya informasi yang sangat berharga (Febrian, 2005 : 22).

Pada awalnya internet berasal dari sebuah jaringan komputer yang terdiri dari beberapa komputer yang dihubungkan dengan kabel, sehingga membentuk sebuah jaringan (*network*). Kemudian jaringan-jaringan tersebut saling dihubungkan lagi sehingga membentuk inter-network. Untuk bisa berhubungan dengan jaringan inter-network tersebut, sedikitnya kita harus mempunyai terminal (komputer) yang mempunyai sambungan ke jaringan lain. Langkah awalnya dimulai dengan gebrakan besar yang dilakukan di UCLA, sewaktu komputer pertama di koneksikan ke ARPANET. ARPANET sendiri dikoneksikan ke empat site, satu diantaranya ke UCLA, selanjutnya ke Stanford Research Institute (SRI), UC Santa Barbara, dan University of Utah. Internet mulai digunakan untuk kepentingan akademis dengan menghubungkan beberapa perguruan tinggi tersebut. Di awal 1980-an, ARPANET terpecah menjadi dua jaringan, yaitu ARPANET dan Milnet (sebuah jaringan militer), akan tetapi keduanya mempunyai hubungan sehingga komunikasi antar jaringan tetap dapat dilakukan. Pada mulanya jaringan interkoneksi ini disebut DARPA Internet, tetapi lama kelamaan disebut sebagai internet saja (Febrian, 2005 : 21).

Internet sendiri masuk ke Indonesia pada tahun 1994. dimana sebelumnya pada tahun 1980-an telah berdiri suatu jaringan yang menghubungkan 5 Universitas yang disebut dengan UNInet. Dan pada Juni 2004 jaringan Iptek nasional IPTEK net menjadi *Internet Service Provider (ISP)* pertama di Indonesia (Febrian, 2005 : 22).

Menurut Febrian (2005 : 22) Saat ini, terdapat lebih dari 4 juta host internet di seluruh dunia. Sejak tahun 1988, internet tumbuh secara eksponensial, yang ukurannya kira-kira berlipat ganda setiap tahunnya. Istilah internet pada mulanya diciptakan oleh para pengembangnya karena mereka memerlukan kata yang dapat menggambarkan jaringan dari jaringan-jaringan yang saling terkoneksi yang tengah mereka buat waktu itu. Internet merupakan kumpulan orang



dan komputer di dunia yang seluruhnya terhubung oleh bermil-mil kabel dan saluran telepon, masing-masing pihak juga dapat berkomunikasi karena menggunakan bahasa yang umum dipakai.

### **II.2.2. Dampak Yang Dihasilkan Oleh Internet**

Perkembangan internet yang begitu memukau dan begitu cepat dengan varian-varian programnya menjadikan bumi ini berada dalam cengkeraman teknologi (Bungin, 2006: 135).

Secara umum fungsi internet adalah menyediakan suatu sarana yang memiliki standarisasi dan mendefinisikan prosedur jaringan sehingga informasi dapat saling dipertukarkan. Adapun dampak internet yaitu :

a. Dampak Negatif

- Karena internet telah memasuki segala sektor kehidupan manusia maka muncul banyak resiko terlebih bagi kaum muda yang masih labil. Sebab dalam internet banyak hal-hal yang dapat merusak moral misalnya, situs porno dan maraknya kejahatan dalam dunia maya (*cybercrime*).

- Mengalirnya arus ideologi baik itu ideologi politik, sosial, ekonomi, dan budaya yang bertentangan dengan ideologi negara Indonesia yang bertentangan dengan ideologi negara Indonesia yang akan membawa pada hal-hal yang dapat melemahnya ketahanan nasional.

- Pola hidup yang semakin individualistis. Orang kini merasa gengsi jika tidak berinternet, padahal belum tentu dia membutuhkan informasi. Karena penjelajahan lewat internet sangat mengasyikkan sehingga membuat orang lalai dari kehidupan sosial. Orang lebih suka bermain game atau melakukan chat yang menghabiskan begitu banyak pulsa telepon hanya sekedar mencari kesenangan.

- Konsumerisme yang makin tinggi. Banyak orang kini melakukan *online shopping* lewat internet. Semakin sering akses ke internet dan mengunjungi web-web komersial semakin banyak barang-barang yang dilihat, yang pada akhirnya tergoda dan terpikat untuk membeli. Dengan adanya kartu kredit semuanya semakin mudah saja dan inilah kombinasi yang ampuh untuk menghamburkan uang.

b. Dampak Positif

- Mengalirnya informasi yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) baik ilmu sosial, eksakta kedokteran, filsafat, teknik, dan sebagainya. Semua ini dapat menambah dan meningkatkan sumber daya manusia karena motto yang terkenal pada dua dasawarsa terakhir adalah "Siapa yang menguasai informasi dialah yang kuat".

- Kini adalah era globalisasi dan informasi. Dunia seperti sebuah kota. Kejadian di luar negeri bisa disaksikan di tanah air. Internet membuat semua makin mudah, cepat, tepat, dan tanpa batas. Dalam sekejap informasi dapat tersebar luas.

- Internet dapat menyadarkan umat manusia bahwasanya kita saling membutuhkan. Tak seorangpun di dunia ini dapat hidup sendiri tanpa bantuan dari orang lain meski bantuan itu tidak disadarinya. Dengan internet orang bisa saling berkenalan, tukar pikiran, membagi pengalaman, dan sebagainya.

Internet telah menyadarkan umat manusia bahwa seseorang, kebangsaan, tempat tinggal (negara), bahasa, dan sebagainya dapat saling berkomunikasi dalam satu wadah dengan memakai protokol dan standar yang sama. Hal ini dapat menjadikan tolak ukur kepada kita semua bahwasanya manusia memiliki struktur kimiawi yang sama. Jika kita dapat menyadari semua ini, maka perbedaan di antara kita dapat dipecahkan bersama-sama pula tanpa memandang perbedaan yang ada

(<http://www.mybloglog.com/buzz/community/berlizione>).

### II.2.3. Internet Sebagai Media Komunikasi

Pertumbuhan dramatis internet telah mempresentasikan gagasan “mediamorfosis” oleh Roger Fidler yang berarti sebagai perubahan bentuk media komunikasi yang biasanya disebabkan oleh interaksi kompleks dari kebutuhan-kebutuhan penting, tekanan-tekanan kompetitif dan politis dan inovasi-inovasi sosial dan teknologi (Severin dan Tankard, 2007: 459).

Internet telah membentuk ruang dan waktu baru, yang bersifat nirjarak dan nirwaktu, yang disebut *cyberspace*. Hampir semua media komunikasi saat ini yang kita kenal akhirnya berkonvergensi menyatu membuat internet disebut sebagai multimedia. Sebagian buku mengelompokkan Internet yang multimedia sebagai media massa, sebagian lagi mengkategorikannya sebagai media antar pribadi. Kedua pendapat itu sama benarnya, tapi juga sama kelirunya. Karena, kedua pendapat yang bertentangan itu pada dasarnya mengingkari hakikat Internet yang multimedia. Artinya, pada tataran tertentu ia adalah media massa, misalnya ketika seseorang berkunjung ke majalah elektronik Tempo Online. Pada tataran lain ia adalah media antar pribadi, ketika seseorang mengirim surat elektronik ke seorang teman, misalnya. Jadi, karena sifatnya yang multimedia, ia bersifat massa tapi juga antar pribadi, tergantung dalam konteks apa kita menggunakan atau mengkajinya (Vardiansyah, 2004: 106).

Profesor Gabriel Weimann, guru besar Ilmu Komunikasi pada Universitas Haifa, Israel mengemukakan bahwa para ilmuwan perlu mencermati secara serius adanya kecenderungan yang kini terjadi di media internet yang dinamakan *narrowcasting*, yang berbanding terbalik dengan *broadcasting*. Yang diartikan sebagai penyebaran informasi untuk kalangan terbatas, bukan ditujukan untuk publik sebagaimana peran yang dilakukan dunia penyiaran konvensional (*broadcasting*) (Majalah Dictum, hal 2, Desember 2007).

Wenny Suma : Weblog Dan Tingkat Keterbukaan Diri (Studi Korelasional Tentang Fasilitas Weblog di Internet Terhadap Tingkat Keterbukaan Diri Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara), 2010.

Kecenderungan ini memungkinkan munculnya kalangan-kalangan tertentu dalam dunia maya yang disebut juga komunitas maya (*virtual communities*). Ruang *chatting*, *e-mail*, *milis* dan kelompok-kelompok diskusi via elektronik adalah contoh baru tempat-tempat yang dipakai oleh komunitas untuk saling berkomunikasi (Severin dan Tankard, 2007: 447).

## II.3 Weblog

### II.3.1. Sekilas Mengenai *Weblog*

*Weblog* pertama kali muncul sekitar tahun 1993. sebelum *blog* menjadi terkenal, komunitas digital telah mempunyai beberapa forum diskusi seperti **Usenet**, **Milis** dan **BBS** (Bulletin Board System). Pada tahun 1990, sebuah software forum internet yaitu **WebEx**, dibuat dengan sistem percakapan berdasarkan urutan pesan.

Tahun 1994 – 2001, *blog* modern berkembang dari sebuah diary online dimana masyarakat ketika itu mau menampilkan kehidupan pribadi mereka di Internet. Kebanyakan dari mereka disebut dengan diarist, atau jurnalis. Justin Hall adalah orang yang pertama sekali membuat *blog* pribadi pada tahun 1994 ketika dia masih menjadi mahasiswa di Swarthmore Collage, dan dialah yang memelopori *weblog* pada awalnya, sehingga pada Desember 2004 *New York Times Magazine* mencatatnya sebagai *founding father blogger*.

Istilah *web blog* diciptakan oleh Jorn Barger pada tanggal 17 Desember 1997. bentuk pendeknya adalah “*blog*” yang di populerkan oleh Peter Merholz. Peter memendekkan kata *webblog* menjadi *we blog*. Istilah tersebut dimasukkannya ke dalam *blog* pribadinya di *www.peterme.com* sekitar bulan April atau Mei 1999. istilah ini kemudian secara cepat berkembang menjadi *to blog* artinya *edit* atau kirim ke *webblog* .

Setelah melalui perkembangan yang cukup lambat, maka *blog* mendapatkan popularitas ketika sebuah *website* yang bernama Xanga mempunyai 50 juta diari pada Desember 2005, yang sebelumnya pada tahun 1997 hanya mempunyai 100 diari (Rifai, 2007 : 12).

Penggunaan *blog* menjadi lebih populer seiring dengan munculnya berbagai tool yang semakin mempermudah pembuatan *blog*, antara lain sebagai berikut :

- 1) **Open Diary**, hadir pada bulan Oktober 1998. Open Diary menajadi *blog* pertama yang mengajak pembacanya memberikan komentar dan tanggapan kepada penulis lain yang ada dalam *blog* tersebut.
- 2) **Live Journal**, dimulai pada bulan Maret 1999 oleh Brad Fitzpatrick.
- 3) **Pitas.com**, pada bulan Juli 1999 oleh Andrew Smales, yang kemudian diikuti oleh Diaryland pada September 1999 yang kemudian lebih memfokuskan untuk komunitas diari-diari pribadi.
- 4) **Blogger.com**, pada bulan Agustus 1999 oleh Evan Williams dan Meg Houruhan dari Pyra Labs (yang sekarang telah dibeli oleh Google pada bulan Februari 2003)
- 5) Pada tahun 2001-2004, beberapa *blog* Amerika telah menjadi populer dan dan sebagian besar mendukung kegiatan politik dalam pemerintahan.

Di Indonesia sendiri ada beberapa *blogger* yang dikenal aktif mempopulerkan kegiatan *blogging*, antara lain Enda Nasution yang juga digelasri Bapak Blogger Indonesia, Budi Putra, mantan redaktur majalah mingguan *Tempo*, Priyadi Imam Cahyo, dosen ITB, Budi Rahardjo, pendiri situs *www.ilmukomputer.com*, Romi Satria Wahono dan banyak lagi yang lainnya (Majalah Dictum, hal 5, Desember 2007).

Saat ini telah muncul banyak perusahaan penyedia layanan *blog* atau yang sering dikenal dengan *blog hosting*. Diantaranya yaitu, Blogger.com (<http://www.blogger.com>), Blog Drive

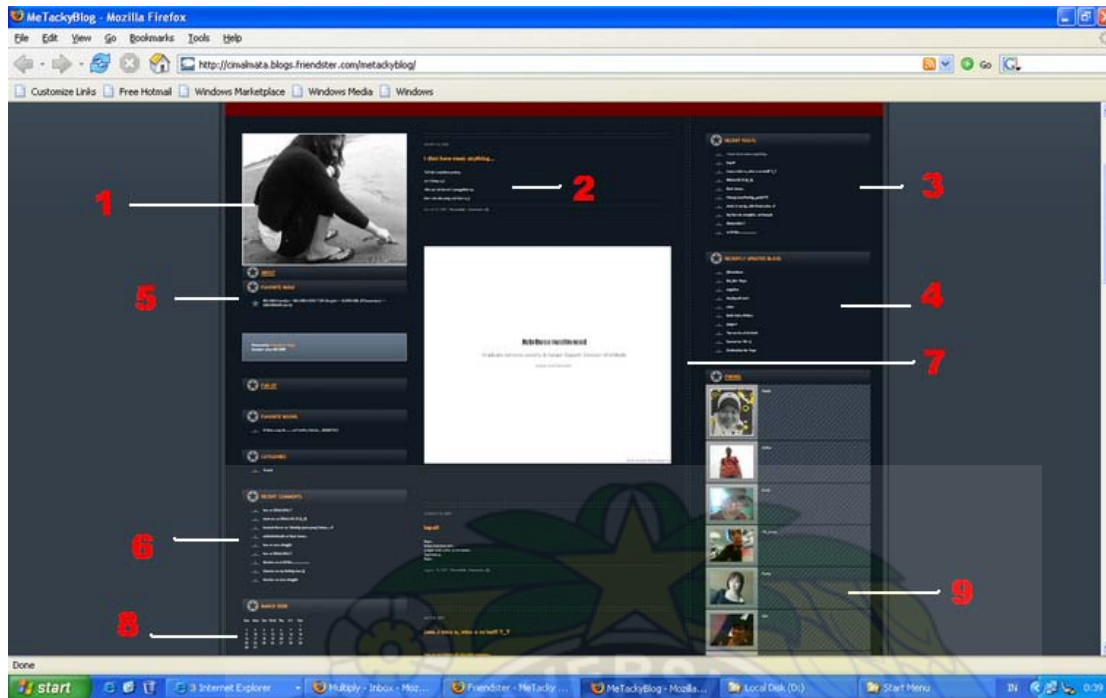
(<http://www.blogdrive.com>), Bloglines (<http://www.bloglines.com>), Friendster Blog (<http://friendster.com>), Live Journal (<http://www.livejournal.com>), Multiply (<http://www.multiply.com>), MySpace (<http://www.blog.myspace.com>), Wordpress (<http://www.wordpress.com>), Xanga (<http://www.xanga.com>), Yahoo 360 (<http://360.yahoo.com>), Boleh.com (<http://blog.boleh.com>), M3-Blog (<http://blog.m3-access.com>), dan Flexiland (<http://www.fleximania.com>). Semua alamat *blog* ini dapat diakses oleh komputer (PC), laptop atau handphone yang terhubung dengan jaringan internet.

Setiap perusahaan *blog hosting* biasanya memberikan layanan atau keunggulan yang berbeda-beda. Pada umumnya layanan yang diberikan yaitu :

- *Posting-an* : yaitu fasilitas untuk menulis dan mempublikasikan naskah.
- *Template / Layout* : yaitu tampilan yang ada pada layar dalam desain yang diinginkan.
- Album Foto dan Gambar : yaitu untuk menyimpan dan mempublikasikan foto atau gambar yang mendukung tulisan/ naskah.
- Kotak Komentar (*Commentbox*) : yaitu untuk mengomentari tulisan yang telah *diposting*.
- Pernak-pernik (Aksesoris) *blog* : yaitu untuk mempercantik *blog* agar terlihat menarik. Misalnya : kotak *chatting* (*Shoutbox*), *Avatar* ( gambar kartun yang menunjukkan karakter pemiliknya), Jam (penunjuk waktu), Mesin hitung (*Web Counter*), Kalender dll.

Meskipun tampilan pada setiap *blog* berbeda namun pada dasarnya *blog* tetap memiliki persamaan umum yang membuatnya berbeda dengan website. Berikut contoh minimal tampilan *blog* :

## **Gambar 2. Tampilan Weblog**



Sumber: <http://cimalmata.blogs.friendster.com/metackyblog/>

Keterangan :

1. Foto atau Gambar
2. Tampilan Naskah (*Posting-an*)
3. *Posting-an* yang tidak di tampilkan
4. *Posting-an* milik *Blogger* lain
5. Tentang Pemilik *Blog*
6. Komentar-komentar
7. Iklan dari *Blog hosting*
8. Pernak – pernik (Aksesoris) berupa kalender
9. Link (pertautan) untuk berhubungan dengan *Blogger* lain

### II.3.2. Weblog Sebagai Perkembangan Dari Website

Menurut Severin dan Tankard (2007: 7), tiga fitur utama dalam internet, yaitu *e-mail* (surat elektronik), *Newsgroups* dan *Mailing list*, serta World Wide Web:

Wenny Suma : Weblog Dan Tingkat Keterbukaan Diri (Studi Korelasional Tentang Fasilitas Weblog di Internet Terhadap Tingkat Keterbukaan Diri Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara), 2010.

1. *E-mail*. Jutaan orang kini berkomunikasi dengan menggunakan pesan elektronik, atau *e-mail*. Tidak perlu menjadi pengguna Internet yang canggih untuk bisa mengirimkan pesan *e-mail*.
2. *Newsgroups* dan *Mailing List*. *Newsgroups* dan *Mailing list* merupakan sistem berbagi pesan secara elektronik yang memungkinkan orang-orang yang tertarik pada masalah yang sama untuk saling bertukar informasi dan opini. Beberapa orang merasa bahwa mereka mendapat berita secara lebih cepat dan lebih baik dari *newsgroups* daripada koran dan majalah. Mungkin yang lebih lagi, *newsgroups* memungkinkan terjadinya respons langsung terhadap suatu berita oleh konsumen berita yang tidak bisa dilakukan oleh koran atau majalah.
3. *World Wide Web*. *World Wide Web* yang juga dikenal *WWW* atau *Web* merupakan sebuah sistem informasi yang dapat diakses melalui komputer lain secara cepat dan tepat.  
*Weblog* atau yang sering disebut dengan *blog* merupakan sebuah perkembangan dari ketiga fitur utama yang ada dalam internet. Namun fitur ketiga yaitu website memegang peranan penting akan lahirnya fasilitas baru di internet yaitu *weblog*. Dengan *weblog* seseorang bisa memiliki medianya sendiri. Ditambah dengan lalu lintas informasi yang luar biasa cepat, interaktif dan beragam membuat *weblog* kini sangatlah fenomenal. Belum ada dalam peradaban manapun dalam sejarah, manusia mendapatkan kebebasan berkomunikasi seperti ini (Majalah *Dictum*, hal 4, Desember 2007).

*Weblog* sendiri pada awalnya berkonsep *diary online* dan berisi hal-hal pribadi kemudian bertransformasi menjadi situs komunitas dengan hadirnya fasilitas-fasilitas baru seperti pertautan (link) yang akhirnya menghubungkan jurnal pribadi seorang *blogger* dengan *blogger* lain (Majalah *Dictum*, hal 5, Desember 2007).



### II.3.3. Konsep dan Karakteristik Weblog

Menurut Nurrist Surayya dalam jurnal penelitiannya yang berjudul “Eksistensi *Weblog* Dalam Desentralisasi Informasi” ada beberapa konsepsi dalam *weblog* yaitu:

- **Konsepsi independensi**, yaitu *weblog* merupakan media yang independen dan otonom, dikelola oleh personal, dan tidak mempunyai ketergantungan pada aspek-aspek eksternal. Oleh karena itu, kebijakan editorial dan proses produksi informasi *weblog* independen dari kontrol dan intervensi eksternal.
- **Konsepsi kesetaraan**, yaitu *weblog* merupakan media yang bisa digunakan oleh siapa saja. tidak ada limitasi akses terhadap pihak manapun. Setiap orang dengan berbagai keyakinan, ideologi, latar belakang dan kepentingan bisa memanfaatkan *weblog* untuk mempublikasikan informasi.
- **Secara geografis**, lebih banyak digunakan oleh orang-orang yang tinggal di kota besar, seperti Jakarta dan Bandung ataupun warga negara Indonesia yang tinggal di luar negeri.
- **Berdasarkan profesi**, *weblog* lebih banyak digunakan oleh orang-orang yang banyak berkecimpung di internet, yaitu biasanya pekerja kantoran, orang-orang yang bekerja di bidang IT, mahasiswa dan pelajar.
- **Konsepsi kebebasan**, yaitu informasi yang disampaikan dalam *weblog* sifatnya sangat *weblog*. Orang bisa mempublikasikan analisis sosial, pernyataan dukungan-oposisi pada pihak tertentu, mengemukakan pendapat, pandangan atau gagasan dalam bidang apapun dalam *weblog*. Mulai dari laporan peristiwa, hasil riset akademis, analisis politik, isu-isu sosial, feature keseharian, diari sampai seksualitas bisa dipublikasikan di *weblog*.

- **Konsepsi variatif**, yaitu informasi yang tersedia di *weblog* sangat variatif. *Weblog* merupakan ekspresi pemahaman dan pengalaman personal *blogger*, oleh karena itu diantara kurang lebih delapan juta pengguna *weblog* di dunia, pasti ada sebegitu banyak variasi informasi yang bisa dimanfaatkan.
- **Konsepsi Originalitas**, yaitu keaslian informasi yang disampaikan dalam *weblog*. Sifatnya yang personal dan tidak mengalami proses editorial eksternal, membuat originalitas informasi dalam *weblog* bisa terjaga. Segala hal yang dipublikasikan dalam *weblog* tidak mengalami deviasi eksternal yang diharapkan untuk membentuk opini atau memberikan keuntungan pada pihak tertentu. Seandainya hal tersebut terjadi, maka hanya sebatas deviasi yang bersifat personal demi keuntungan individual *blogger*.
- **Konsepsi Interaktifitas**, yaitu *weblog* memungkinkan terjadinya interaktifitas antara sumber dengan penerima informasi. Informasi yang disampaikan akan langsung dapat direspon, ditambahi, dikoreksi dan diperkaya oleh orang lain. Oleh karena itu, suatu topik mungkin bisa menjadi lebih menarik dengan adanya diskusi antara *blogger* dengan pengunjung-pengunjung *weblog*nya. Selain itu, interaktifitas yang terjalin, dapat memberikan *sense of community* diantara para *blogger* (<http://nuriest.blogdrive.com/archive/10.html>).

**Sedangkan karakteristik dari *weblog* yang menjadi keunggulannya yaitu :**

- *Weblog* adalah media yang bisa digunakan secara personal, baik individual maupun institusional. Tidak ada prasyarat personal yang diberikan oleh pihak manapun untuk bisa memiliki dan mengelola *blog* sendiri. Formatnya yang mudah diaplikasikan dan pengelolaannya yang tidak rumit membuat media ini bisa dioperasikan oleh

siapapun. Tidak diperlukan kemampuan teknis atau kemampuan dasar jurnalistik untuk bisa mempublikasikan informasi dalam *weblog*.

- Proses dan kebijakan redaksional *weblog* bersifat sangat personal. Tidak ada intervensi atau kontrol eksternal yang berpengaruh dalam pemberitaan informasi *weblog*. *Blogger* mempunyai otoritas dan independensi untuk menentukan informasi apa yang akan dipublikasikan, kapan waktunya, bagaimana pembahasannya, informasi tersebut memberikan keuntungan siapa, dan seterusnya.
- Informasi yang disampaikan dalam *weblog* menggunakan subjektivitas personal *blogger* pemiliknya. Tidak ada kaidah, norma atau etika standar yang diterapkan dalam jurnalistik *weblog*. *Blogger* menentukan sendiri, hal-hal mana yang dianggap penting untuk diberitakan atau hal-hal mana yang tidak perlu diangkat dalam posting *weblog*. Tidak ada standarisasi *headline* atau generalisasi topik yang diarahkan untuk memberikan keuntungan pada sentral-sentral penguasa.
- Publik *weblog* adalah khalayak yang aktif, yaitu khalayak yang secara aktif mencari dan mengumpulkan informasi yang diperlukannya. Terlebih lagi, publik *weblog* terbatas pada pengguna internet saja, itupun orang-orang yang banyak menghabiskan waktu untuk online di internet. Di Indonesia presentase pengguna internet terhitung masih minim dibanding pengguna internet di luar negeri. Sehingga publik *weblog* di Indonesia pun saat ini masih terbatas pada kalangan-kalangan tertentu saja.
- Waktu terbit atau penyajian informasi (*posting*) *weblog* bersifat temporer, dalam arti tidak ada waktu rutin (harian, mingguan atau bulanan) dan tidak bisa diprediksikan. Masing-masing *blogger* mempunyai otoritas penuh dalam *weblog*-nya untuk menentukan kapan dia akan mempublikasikan *posting* terbarunya.

- Isi informasi dalam *weblog* tidak selalu berkaitan dengan hal-hal sedang trend atau banyak dibicarakan masyarakat. *Weblog* bisa berisi hal-hal yang terjadi dalam keseharian, hal-hal yang tidak berada dalam skala prioritas tinggi untuk dipikirkan orang lain, hal-hal yang ringan namun cukup berarti untuk diketahui orang lain. Disamping itu, *weblog* juga bisa digunakan untuk menuangkan hal-hal yang sifatnya pribadi, sehingga *weblog* menjadi media untuk keterbukaan diri seorang *blogger* kepada publik.
- Bahasa yang digunakan bersifat nonformal. Masing-masing *blogger* mempunyai cara tersendiri untuk mengkomunikasikan pikiran dan ide-idenya. Bahasa yang digunakan biasanya adalah bentuk bahasa lisan, bukan bahasa tulis (<http://nuriest.blogdrive.com/archive/10.html>).

#### II.3.4. Manfaat *Weblog*

Adi Onggoboyo dalam jurnal penelitiannya “Suatu Fenomena Sociocyber yang unik dan dinamis” mengungkapkan bahwa 95,26% dari 211 *blogger* Indonesia menyatakan bahwa mereka merasa mendapatkan hal-hal positif (<http://blog.kenz.or.id/2007/12/17/httpihateindonblogspotcom-tetapberjaya.html>)

Hal-hal ini diuraikan sebagai berikut yaitu :

- Meningkatkan Gairah Hidup 2,98%
- Lebih Disiplin 0,49%
- Semangat Prestatif 3,98%
- Menjalin dan memperbanyak relasi/ kawan/ persahabatan 48,75%
- Rajin menulis/ meningkatkan kemampuan/ produktivitas menulis 8,95%

- Lebih kreatif/ ekspresif/ inspiratif/ motivatif 4,47%
- Menambah berbagai wawasan 3,98%
- Lega bisa berbagi 2,48%
- Lain-lain 7,96%
- Gabungan beberapa poin diatas 15,92%

Dari hasil penelitian tersebut Oktavianus Ken Manungkarjono, seorang psikolog menyimpulkan manfaat *Ngeblog* secara umum yaitu :

### **1. Ngeblog Merangsang Otak**

Aktivitas *ngeblog*, mulai dari membuat desain *blog* sampai dengan menulis *blog* setiap waktunya merupakan suatu proses mental otak yang melibatkan jutaan sel pada otak. Rangsangan tersebut membuat rantai-rantai neuron menjadi aktif dan dimulainya proses mielinisasi (*myelin* adalah sejenis protein lemak yang dikeluarkan oleh otak untuk melapisi hubungan antara dendrite) ketika kita menerima informasi baru.

### **2. Ngeblog Menyehatkan Jiwa dan Raga**

Disebut demikian karena dari hasil penelitian, sebagian *blogger* telah melakukan kegiatan pelepasan emosi melalui menulis *blog* yang akan memberikan efek relaksasi bagi tubuh. Dengan demikian semakin rajin melampiaskan emosi melalui menulis, semakin terjaga tubuh kita dari ancaman penyakit.

### **3. Ngeblog Merupakan Suatu Proses Pembelajaran**

Aktivitas menulis *blog* merupakan proses belajar. Ketika kita mengungkapkan perasaan kita melalui suatu *blog*, kita akan belajar untuk mengenal perasaan-perasaan dan emosi-emosi

yang muncul dari suatu peristiwa dalam keseharian kita. Aktivitas membaca *blog* orang lain juga merupakan proses belajar. Ketika kita membaca *blog* orang lain, tak jarang kita menerima informasi baru tentang berbagai hal.

#### **4. Ngeblog Melatih Perilaku Afiliasi Dalam Interaksi Sosial**

Saling berbagi cerita dan pengetahuan membuat seseorang mulain mengenal seseorang yang lainnya secara mendalam. Keterbukaan dan kepercayaan akan menciptakan suatu jalinan afiliasi yang dapat pula menumbuhkan hubungan emosi *blogger* yang satu dengan yang lainnya meskipun tidak melakukan pertemuan fisik.

(<http://blog.kenz.or.id/2007/12/17/httpihateindonblogspotcom-tetapberjaya.html>)

## **II.4 Komunikasi Antarpribadi**

### **II.4.1 Pengertian Komunikasi Antarpribadi**

Pada dasarnya, komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses sosial dimana orang-orang yang terlibat di dalamnya saling mempengaruhi. Sebagaimana diungkapkan oleh Devito (1997:97), bahwa komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain, atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik yang langsung.

Selanjutnya Devito (1997: 169-170) menjabarkan komunikasi antarpribadi menjadi tiga pendekatan secara umum, yaitu :

- a. Komunikasi antarpribadi didefinisikan sebagai pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain. Atau sekelompok kecil orang, dengan efek dan umpan balik yang langsung.

- b. Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi antara dua orang yang memang telah ada hubungan di antara keduanya.
- c. *Interpersonal communication is seen a kind of progression (or development) from interpersonal communication at one extreme to personal communication at the other extreme*, yang artinya “Komunikasi antarpribadi merupakan bentuk perkembangan atau peningkatan dari komunikasi dari satu sisi menjadi komunikasi pribadi pada sisi yang lain”.

Dalam bukunya “Komunikasi Antarpribadi” (1991:12), Alo Liliweri mengemukakan bahwa pada hakikatnya komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara komunikator dengan seorang komunikan. Komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam hal mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan dan arus balik bersifat langsung. Komunikator mengetahui tanggapan komunikan etika itu juga, pada saat komunikasi dilancarkan. Komunikan mengetahui pasti apakah komunikasi itu positif atau negatif, berhasil atau tidak. Jika tidak, ia dapat memberikan kesempatan kepada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya.

Menurut Evert M. Rogers, dalam Komunikasi antarpribadi (Liliweri 1991:46) ada beberapa ciri komunikasi yang menggunakan saluran antarpribadi, yaitu :

- 1) Arus pesan yang cenderung dua arah
- 2) Konteks komunikasinya tatap muka
- 3) Tingkat umpan balik yang terjadi tinggi
- 4) Kemampuan mengatasi tingkat selektifitas (terutama “*selectivitas exposure*”) yang tinggi
- 5) Kecepatan jangkauan terhadap audiens yang besar relatif lambat
- 6) Efek yang mungkin terjadi ialah perubahan sikap

#### **II.4.2 Sifat-Sifat Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi antarpribadi dari mereka yang saling mengenal lebih bermutu dari mereka yang belum mengenal karena setiap pihak mengetahui secara baik tentang liku-liku hidup pihak lain, pikiran, dan pengetahuannya, perasaannya, maupun menanggapi tingkah lakunya. Sehingga jika hendak menciptakan komunikasi antarpribadi yang lebih bermutu maka didahului dengan keakraban, dengan kata lain tidak semua bentuk interaksi yang dilakukan antara dua orang dapat digolongkan ke dalam komunikasi antarpribadi.

Ada tujuh sifat yang menunjukkan bahwa sesuatu komunikasi antara dua orang merupakan sikap komunikasi antarpribadi dan bukannya komunikasi lainnya yang terangkum dari pendapat Effendy (2003:46) Sifat-sifat komunikasi antarpribadi itu sendiri adalah : (1) melibatkan di dalamnya perilaku verbal dan non verbal; (2) melibatkan pernyataan ataupun ungkapan yang *spontan, scripted, dan contrived*; (3) tidak statis, namun dinamis; (4) melibatkan umpan balik pribadi, hubungan interaksi dan koherensi (pernyataan satu dan harus berkaitan dengan sebelumnya); (5) dipandu oleh tata aturan yang bersifat intrinsik dan ekstrinsik. (6) komunikasi antarpribadi merupakan satu kegiatan dan tindakan; (7) melibatkan didalamnya bidang persuasif (Liliweri, 1991:31).

#### **II.4.3 Komponen Komunikasi Antarpribadi dan Proses Komunikasi Antarpribadi**

Menurut Effendy (2003:7), yang mencoba mengutip paradigma Laswell. Ada lima komponen penting yang menyebabkan suatu komunikasi dapat berjalan dengan baik, yaitu:

- *Who* : komunikator : pihak penyampaian pesan
- *Says what* : pesan : pernyataan yang didukung oleh lambang-lambang
- *In which channel* : media : sarana atau saluran penyampaian pesan
- *To whom* : komunikan : pihak penerima pesan



- *With what effect* : efek : dampak yang timbul sebagai pengaruh dari pesan

Apabila digambarkan secara sederhana kelima komponen yang telah diuraikan di atas melalui proses sebagai berikut : Komunikator dan komunikan dalam proses komunikasi antarpribadi dapat berganti peran, artinya suatu ketika komunikator dapat berganti peran, demikian juga sebaliknya dengan komunikan (Effendy, 2003:12).

#### **II. 4.4 Efektifitas Komunikasi Antarpribadi**

Dikatakan efektifitas dalam waktu tertentu tujuan dapat tercapai dengan baik. Ini berarti komunikasi antarpribadi efektif jika dalam waktu tertentu komunikasi memahami pesan yang disampaikan komunikatornya dengan baik dan melaksanakannya. Berkomunikasi efektif berarti bahwa komunikator dan komunikan sama-sama memiliki pengertian yang sama tentang suatu pesan. Rakhmat (2004:159) menyatakan bahwa komunikasi yang efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan.

Menurut Effendy (2003:219) Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang menimbulkan sikap, opini ataupun perilaku. Efek komunikasi yang timbul pada komunikan diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Efek kognitif yaitu efek yang berkaitan dengan pikiran, nalar atau ratio. Dengan efek ini diharapkan komunikan yang semula tidak mengerti menjadi mengerti, yang semula tidak tau membedakan mana yang salah dan yang benar.
- b. Efek afektif adalah efek yang berhubungan dengan perasaan. Misalnya yang semula tidak senang menjadi senang, yang semula rendah diri menjadi memiliki rasa percaya diri.
- c. Efek behavioral yakni efek yang menimbulkan etika untuk berperilaku tertentu dalam arti kata melakukan suatu tindakan atau kegiatan yang bersifat fisik atau jasmani.

Ketiga jenis efek ini adalah hasil proses psikologi yang berkaitan satu sama lain, secara terpadu. Efek behavioral tidak mungkin timbul pada komunikasi apabila sebelumnya dia tidak tahu atau tidak mengerti disertai rasa senang dan berani.

Menurut Tubbs dan Moss (Rakhmat, 2004:13) komunikasi yang efektif menimbulkan 5 hal yaitu :

- a. Pengertian, artinya penerimaan yang cermat dari isi stimulus/pesan seperti yang dimaksud oleh komunikator.
- b. Kesenangan, artinya tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan informasi dan membentuk pengertian, akan tetapi ada juga dilakukan untuk menimbulkan kesenangan, misalnya menanyakan seseorang. Komunikasi inilah yang menyebabkan hubungan kita menjadi hangat, akrab dan menyenangkan.
- c. Pengaruh pada sikap. Komunikasi seringkali dilakukan dengan tujuan untuk mempengaruhi orang lain. Komunikasi yang efektif ditandai dengan perubahan sikap, perilaku atau pendapat komunikasi sesuai dengan kehendak komunikator.
- d. Hubungan sosial yang baik. Komunikasi juga ditunjukkan untuk menumbuhkan hubungan sosial yang baik. Manusia juga adalah makhluk sosial yang tidak tahan hidup sendiri.
- e. Tindakan Efektifitas komunikasi biasanya diukur dari tindakan nyata yang dilakukan komunikasi.

Komunikasi yang efektif ditandai dengan hubungan interpersonal yang baik. Menurut Rakhmat (2004:129) ada tiga faktor menumbuhkan hubungan interpersonal, yaitu:

1. Percaya.

Definisi ini menyebutkan tiga unsur percaya, yaitu:

- a. Ada situasi yang menimbulkan resiko. Bila orang menaruh kepercayaan kepada orang lain, ia akan menghadapi resiko.
- b. Orang yang menaruh kepercayaan pada orang lain berarti menyadari bahwa akibat-akibatnya bergantung pada perilaku orang lain.
- c. Orang yakin bahwa perilaku pihak lain akan berakibat baik baginya.

Selain itu, faktor kepercayaan juga berhubungan dengan karakteristik dan maksud orang lain, hubungan kekuasaan, serta sifat dan kualitas komunikasi.

## 2. Sikap Sportif

Sikap sportif adalah sikap yang mengurangi sikap defensif dalam berkomunikasi. Orang dikatakan defensif bila tidak menerima, tidak jujur, dan tidak empati; dan tentunya akan menggagalkan komunikasi interpersonal. Jack R. GIBB (Rahkmat, 2004:134) menyebutkan enam perilaku sportif, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3. Perilaku Defensif dan sportif dari Jack Gibb**

<i>Iklm Defersif</i>	<i>Iklm Suportif</i>
1. Evaluasi	1. Deskripsi
2. Control	2. Orientasi masalah
3. Strategi	3. Spontanitas
4. Netralisasi	4. Empati
5. Superioritas	5. Persamaan
6. Kepastian	6. Profesionalisme

### 3. Sikap terbuka

Sikap terbuka (*open mindness*) amat besar pengaruhnya dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif. Brooks dan Emmert (Rakhmat, 2004:136), mengarakteristikkan orang bersikap terbuka sebagai orang yang menilai pesan objektif dengan data dan logika, serta membedakan dengan mudah dengan melihat suasana.

## II.5 Teori *Self-Disclosure*

Proses mengungkapkan informasi pribadi kita kepada orang lain atau sebaliknya disebut dengan *self disclouser*. Salah satu tipe komunikasi dimana informasi mengenai diri (*self*) yang biasanya disembunyikan diri orang lain, kini dikomunikasikan kepada orang lain (Rakhmat, 2004:108).

Josep Luft mengemukakan teori *Self Disclosure* berdasarkan pada modal interaksi model interaksi manusia yang di sebut *Johari Window*.

**Gambar 3. Johari Window**

	Diketahui oleh diri sendiri	Tidak diketahui oleh diri sendiri
Diketahui oleh orang lain	1 Terbuka	2 Buta
Tidak diketahui oleh orang lain	3 Tersembunyi	4 Tidak diketahui

Menurut Luft, orang memiliki atribut yang hanya diketahui oleh dirinya sendiri (1), hanya diketahui orang lain (2), diketahui oleh dirinya sendiri dan orang lain (3), dan tidak diketahui oleh siapapun (4). Kuadaran 1 (satu) mencerminkan

Gambar yang disebut Jendela Johari tersebut melukiskan bahwa dalam pengembangan hubungan antar seorang dengan yang lainnya terdapat empat kemungkinan sebagai mana terwakili melalui suasana di keempat bidang (Jendela). Bidang 1, melukiskan suatu kondisi di mana antara seorang dengan yang lain mengembangkan suatu hubungan yang terbuka sehingga dua pihak saling mengetahui masalah tentang hubungan mereka. Bidang 2 melukiskan bidang buta, masalah hubungan antara kedua pihak hanya diketahui orang lain namun tidak diketahui oleh diri sendiri. Bidang 3, disebut bidang tersembunyi yakni permasalahan hubungan antara kedua pihak diketahui diri sendiri namun tidak diketahui orang lain. Bidang 4, bidang tidak dikenal, dimana kedua pihak sama-sama tidak mengetahui masalah hubungan diantara mereka.

Kedadaan yang dikehendaki sebenarnya dalam suatu komunikasi antarpribadi ialah bidang 1, dimana antara komunikator dengan komunikan saling mengetahui makna pesan yang sama. Meskipun demikian kenyataan hubungan antarpribadi tidak seideal yang diharapkan itu, ini disebabkan karena dalam berhubungan dengan orang lain betapa sering setiap orang mempunyai peluang untuk menyembunyikan atau mengungkapkan masalah yang dihadapinya.

Menurut De Vito (De vito, 1997:30), ada beberapa keuntungan dari *self disclouser* :

1. Memahami diri sendiri
2. Meningkatkan kemampuan untuk menghadapi rasa bersalah
3. *Energy release*
4. Meningkatkan efisiensi dan berkomunikasi
5. Membina hubungan yang bermakna

6. Kesehatan fisiologis.

## II. 5.1 Dimensi *Self disclosure*

*Self disclosure* memiliki berbagai dimensi menurut Joseph A. Devito (1997:40) menyebutkan ada 5 dimensi *self disclosure*, yaitu (1) ukuran *self-disclosure*, (2) valensi *self-disclosure*, (3) kecermatan dan kejujuran, (4) maksud dan tujuan, dan (5) keakraban. Ini berbeda dengan dimensi yang dikemukakan dalam Fisher (1986 : 261) yang menyebutkan dua sifat pengungkapan yang umum dalam *self-disclosure* adalah memperhatikan jumlah (seberapa banyak informasi tentang diri yang diungkapkan) dan valensi (informasi yang diungkapkan bersifat positif atau negatif). Apabila diperbandingkan, fokus yang dikemukakan Fisher hanya pada jumlah atau dalam istilah Devito “ukuran” dan valensi saja.

Kini kita mencoba untuk mendalami kelima dimensi tersebut dengan memadukan apa yang diungkapkan Devito dan Fisher, dengan melihat contohnya dalam hidup keseharian kita.

### 1. Ukuran/jumlah *self-disclosure*

Hal ini berkaitan dengan seberapa banyak jumlah informasi diri kita yang diungkapkan. Jumlah tersebut bisa dilihat berdasarkan frekuensi kita menyampaikan pesan-pesan *self-disclosure* atau bisa juga dengan menggunakan ukuran waktu, yakni berapa lama kita menyampaikan pesan-pesan yang mengandung *self-disclosure* pada keseluruhan kegiatan komunikasi kita dengan lawan komunikasi kita. Misalnya, dalam percakapan antara anak dan orang tuanya, tentu tidak sepanjang percakapan di antara keduanya. Taruhlah berlangsung selama 30 menit itu bersifat *self-disclosure*. Mungkin hanya 10 menit saja dari waktu itu yang percakapannya menunjukkan *self-disclosure*, seperti saat anak menyatakan kekhawatirannya nilai rapornya jelek untuk semester ini atau tatkala si anak menyatakan tengah jatuh hati pada seseorang.

## 2. Valensi *Self-disclosure*

Hal ini berkaitan dengan kualitas *self-disclosure* kita: positif atau negatif. Saat kita menyampaikan siapa diri kita secara menyenangkan, penuh humor, dan menarik seperti yang dilakukan seorang tua yang berkepala botak yang menyatakan, “Inilah model rambut yang paling cocok untuk orang seusia saya.” Ini merupakan *self-disclosure* yang positif. Sebaliknya, apabila orang tersebut mengungkapkan dirinya dengan menyatakan, “Sudah berobat ke sana ke mari dan mencoba berbagai metode mencegah kebotakan yang ternyata bohong semua, inilah hasilnya. Ini berarti *self-disclosure* negatif. Dampak dari *self-disclosure* yang berbeda itu tentu saja akan berbeda pula, baik pada orang yang mengungkapkan dirinya maupun pada lawan komunikasinya.

## 3. Kecermatan dan Kejujuran

Kecermatan dalam *self-disclosure* yang kita lakukan akan sangat ditentukan oleh kemampuan kita mengetahui atau mengenal diri kita sendiri. Apabila kita mengenal dengan baik diri kita maka kita akan mampu melakukan *self-disclosure* dengan cermat. Bagaimana kita akan bisa menyatakan bahwa kita ini termasuk orang yang bodoh apabila kita sendiri tidak mengetahui sejauh mana kebodohan kita itu dan tidak bisa juga merumuskan apa yang disebut pandai itu. Di samping itu, kejujuran merupakan hal yang penting yang akan mempengaruhi *self-disclosure* kita. Oleh karena kita mengemukakan apa yang kita ketahui maka kita memiliki pilihan, seperti menyatakan secara jujur, dengan dibungkus kebohongan, melebih-lebihkan atau cukup rinci bagian-bagian yang kita anggap perlu. Untuk hal-hal yang bersifat pribadi, banyak orang memilih untuk berbohong atau melebih-lebihkan. Namun, *self-disclosure* yang kita lakukan akan bergantung pada kejujuran kita. Misalnya, kita bisa melihat perilaku orang yang hendak meminjam uang. Biasanya orang yang hendak berhutang mengungkapkan permasalahan

pribadinya seperti tak memiliki uang untuk belanja besok hari, anaknya sakit atau biaya sekolah anaknya. Sering pula kemudian *self-disclosure* dalam wujud penderitaan itu dilebih-lebihkan untuk memancing iba orang yang akan dipinjami.

#### 4. Maksud dan Tujuan

Dalam melakukan *self-disclosure*, salah satu hal yang kita pertimbangkan adalah maksud atau tujuannya. Tidak mungkin orang tiba-tiba menyatakan dirinya apabila tidak memiliki maksud dan tujuan tertentu. Contohnya pada saat untuk mengurangi rasa bersalah atau untuk mengungkapkan perasaan. Inilah yang populer disebut sebagai curhat itu. Kita mengungkapkan diri kita dengan tujuan tertentu. Oleh karena menyadari adanya maksud dan tujuan *self-disclosure* itu maka kita pun melakukan kontrol atas *self-disclosure* yang kita lakukan. Orang yang melebih-lebihkan atau berbohong dalam melakukan *self-disclosure* pada satu sisi bisa dipandang sebagai salah satu bentuk kontrol supaya *self-disclosure*-nya mencapai maksud atau tujuan yang diinginkannya.

#### 5. Keakraban

Seperti yang dikemukakan Fisher (1986 :261-262), keakraban merupakan salah satu hal yang serta kaitannya dengan komunikasi *self-disclosure*. Apa yang diungkapkan itu bisa saja hal-hal yang sifatnya pribadi atau intim misalnya mengenai perasaan kita, tetapi bisa juga mengenai hal-hal yang sifatnya umum, seperti pandangan kita terhadap situasi politik mutakhir di tanah air atau bisa saja antara hal yang intim/pribadi dan hal yang impersonal publik. Berkenaan dengan dimensi *self-disclosure* yang disebut terakhir, kita bisa mengacu pada apa



yang dinamakan Struktur Kepribadian Pete yang dikembangkan Irwin Altman dan Dalmas Taylor dengan Teori Penetrasi Sosial-nya (Griffin, 2003:134). Dalam Struktur Kepribadian Pete ini, digambarkan kepribadian manusia itu seperti bawang, yang memiliki lapisan-lapisan. Setiap lapisan itu menunjukkan derajat keakraban orang yang menjalin relasi atau berkomunikasi kerangka Teori Penetrasi Sosial - kita menjalin hubungan dengan orang lain. Misalnya, pada tahap awal kita berbincang-bincang soal yang sifatnya umum saja. Kita bicara soal perkuliahan yang kita ikuti. Bisa juga berbincang-bincang soal selera makanan kita. Di sini kita hanya berbicara pada lapisan pinggiran dari bawang tadi yang disebut periferal. Makin lama akan makin masuk ke lapisan berikutnya. Kita mulai berbicara mengenai keyakinan agama kita, aspirasi dan tujuan hidup kita, akhirnya konsep diri kita sebagai lapis terdalam “bawang” kepribadian itu. Hal tersebut menunjukkan bahwa *self-disclosure* tidak berlangsung secara tiba-tiba. Tidak seluruh informasi yang kita sampaikan berisikan informasi yang sifatnya pribadi. Bisa saja bercampur baur dengan informasi yang bersifat umum atau berada pada tataran periferal.

Dalam konteks ini berarti kita sudah mulai membicarakan soal kedalaman (*depth*) dan keluasan (*breadth*) *self-disclosure*. Sejauh mana kedalaman dalam *self-disclosure* itu akan ditentukan oleh derajat keakraban kita dengan lawan komunikasi. Makin akrab kita dengannya maka akan makin dalam *self-disclosure*-nya. Selain itu, akan makin luas juga cakupan bahasan yang kita komunikasikan melalui *self-disclosure* itu. Ini merupakan hal yang logis. Bagaimana kita mau berbincang-bincang mengenai lapisan terdalam dari diri kita apabila kita tidak merasa memiliki hubungan yang akrab dengan lawan komunikasi kita. Apabila kita tidak akrab dengan seseorang, sebutlah dengan orang yang baru kita kenal di dalam bis atau pesawat terbang maka kita akan berbincang mengenai lapisan terluar “bawang” tadi. Begitu juga halnya dengan upaya

kita membangun keakraban maka akan menuntut kita untuk berbicara mengenai diri kita. Pada awalnya tidak menyentuh lapisan terdalam melainkan lapisan yang berada agak di luar. Misalnya, kita berbicara tentang makanan yang kita sukai atau model dan warna pakaian yang digemari. Makin lama kita akan makin membuka diri apabila lawan komunikasi kita pun memberikan respons yang baik dengan juga turut membuka dirinya



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **III.1 Deskripsi Lokasi Penelitian**

##### **III.1.1 Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) merupakan fakultas ke sembilan di lingkungan Universitas Sumatera Utara (USU). Prakarsa pendirian FISIP USU berasal dari beberapa dosen dalam bidang Ilmu Sosial, Administrasi dan Manajemen yang berada di Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum pada tahun 1979. Prakarsa pendirian FISIP USU berasal dari beberapa dosen dalam bidang Ilmu Sosial, Administrasi, dan Manajemen yang berada di Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Hukum pada tahun 1979.

Persiapan proposal pendirian dilakukan oleh Drs. M. Adham Nasution, Asma Affan MPA, Dr. AP. Parlindungan, S.H, M.Solly Lubis, S.H dan beberapa dosen lainnya. Berdasarkan proposal tersebut Rektor USU Dr. AP Parlindungan, S.H memperjuangkan agar di USU didirikan FISIP. Pada tahun 1980 mulanya FISIP USU merupakan Jurusan Ilmu Pengetahuan Masyarakat di Fakultas Hukum USU. Para pendiri FISIP ini sepakat untuk mengangkat Drs. M. Adham Nasution sebagai Ketua Jurusan dan ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Rektor USU Nomor 1181/PT05/C.80 tertanggal 1 Juli 1980.

Jurusan Ilmu Pengetahuan Masyarakat ini pertamakali menerima mahasiswa melalui ujian SIPENMARU pada tahun ajaran 1980/1981 dengan jumlah mahasiswa sebanyak 75 orang. Kegiatan perkuliahan pertama kali dimulai tanggal 18 Agustus 1980 yang pembukaannya diresmikan oleh Rektor USU Prof. Dr. AP Parlindungan,SH di gedung perkuliahan Fakultas Kedokteran Gigi USU, dan perkuliahan selanjutnya dilaksanakan sore hari di gedung tersebut.

Walaupun Jurusan Ilmu Pengetahuan Masyarakat merupakan salah satu jurusan di Fakultas

Wenny Suma : Weblog Dan Tingkat Keterbukaan Diri (Studi Korelasional Tentang Fasilitas Weblog di Internet Terhadap Tingkat Keterbukaan Diri Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara), 2010.

Hukum USU, namun kegiatan perkuliahan dan kegiatan administrasi jurusan tidak dilaksanakan di Fakultas Hukum USU. Kegiatan administrasi dilaksanakan di salah satu ruangan BAAK USU yang sekarang merupakan gedung Fakultas Sastra USU. Selanjutnya pada tanggal 7 April 1983 kegiatan administrasi jurusan dipindahkan ke gedung Biro Rektor yang sekarang merupakan gedung Pusat Komputer. Jurusan Ilmu Pengetahuan Masyarakat merupakan ‘embrio’ (cikal bakal) berdirinya FISIP USU.

Berkat perjuangan dan usaha, yang dilakukan pendiri FISIP USU, maka dua tahun kemudian tahun 1982, keluarlah Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia nomor 36 tahun 1982 tanggal 7 September 1982. Dalam Surat Keputusan tersebut dicantumkan Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Sumatera Utara yang merupakan fakultas ke- 9 di USU. Semua mahasiswa yang terdaftar pada Jurusan Ilmu Pengetahuan Masyarakat tersebut menjadi mahasiswa FISIP USU.

Pada tahun ajaran pertama ini para pendiri FISIP ini sepakat untuk mengusulkan Drs. M. Adham Nasution sebagai Ketua Jurusan Ilmu Pengetahuan Masyarakat. Melalui utusan tersebut diangkatlah Saudara Drs. M. Adham Nasution menjadi Ketua Jurusan. Pada tahun 1982, terbitlah Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 1982, tanggal 7 September 1982 Tentang Susunan Organisasi Universitas Sumatera Utara, dimana dalam surat keputusan tersebut dicantumkan bahwa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara merupakan Fakultas ke sembilan atau Fakultas yang terakhir di USU. Sehubungan dengan itu maka Jurusan Ilmu Pengetahuan Masyarakat yang berada di bawah Fakultas Hukum USU berubah statusnya menjadi Fakultas. Semua mahasiswa yang terdaftar pada jurusan tersebut otomatis menjadi mahasiswa FISIP USU. Pada waktu itu mahasiswa yang kuliah di FISIP USU

belum dibagi ke dalam jurusan-jurusan, karena ketentuan jurusan yang akan dibuka di FISIP USU belum ada.

Saat ini FISIP USU berada di Jl. Dr. A. Sofian No.1 Kampus USU. Bersebelahan dengan Fakultas Ekonomi, dan berseberangan dengan Fakultas Pertanian USU.

Setelah Jurusan Ilmu Pengetahuan Masyarakat Fakultas Hukum USU ditetapkan menjadi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, maka secara otomatis pula Drs. M. Adham Nasution sebagai Ketua Jurusan sudah habis masa jabatannya dan pada FISIP USU yang baru berdiri belum mempunyai Dekan. Dalam rangka pengembangan FISIP USU tersebut, maka dibentuklah satu panitia persiapan pemilihan Dekan FISIP USU dengan Surat Keputusan Rektor USU Nomor 573/PT05/C.82 tertanggal 19 Oktober 1982. tujuan dari pembentukan panitia tersebut adalah untuk memilih Dekan yang akan memimpin FISIP USU. Dalam rapat tersebut dengan suara bulat menyetujui Drs. M. Adham Nasution sebagai Pejabat Sementara Dekan FISIP USU.

Kemudian pada tanggal 1 Maret 1983 terbitlah Surat Keputusan Rektor tentang Pengangkatan saudara Drs. M. Adham Nasution sebagai pPejabat Sementara Dekan FISIP USU dengan Nomor 64/PT05/SK/C.83. sedangkan Pejabat Sementara Para Pembantu Dekan yang diangkat sebagai pejabatnya adalah:

1. Pembantu Dekan I : T. Daoed Ahmad, S.H.
2. Pembantu Dekan II : Drs. Haniful Chair Nasution
3. Pembantu Dekan III : Dra. Nurlela Ketaren

Pada Tahun Akademi 1982/1983 jumlah mahasiswa yang diterima pada FISIP USU adalah sebanyak 73 orang.

Pada tanggal 7 April 1983 kegiatan administrasi FISIP USU dipindahkan ke Gedung Biro Rektor USU Lantai I, yang sekarang merupakan Gedung Pusat Komputer yang terletak di Jalan Universitas Kampus USU.

Pada bulan Oktober 1983 FISIP USU yang untuk pertama kalinya melantik sebanyak 24 orang sarjana muda dari mahasiswa angkatan 1980/1981. Sedangkan pelantikannya diadakan di Gelanggang Mahasiswa Jalan Universitas Kampus USU Medan.

Sesuai dengan perkembangannya sebagai suatu fakultas, FISIP USU mengusulkan agar dapat membuka beberapa jurusan. Pada tahun 1983 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 0535/0/83 tentang jenis dan jumlah Fakultas di lingkungan USU, disebutkan bahwa FISIP USU terdiri dari lima jurusan yaitu:

1. Jurusan Ilmu Administrasi Negara
2. Jurusan Ilmu Komunikasi
3. Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial
4. Jurusan Sosiologi
5. Jurusan Antropologi

Namun demikian, pembukaan kelima jurusan tersebut dilakukan secara bertahap hal ini disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan Pemerintah Provinsi Sumatera Utara. Mengingat juga terbatasnya jumlah tenaga pengajar (dosen) yang ada, dan terbatasnya disiplin ilmu yang dimiliki dosen pada masing-masing jurusan, maka jurusan yang pertama dibuka adalah Jurusan Ilmu Administrasi dan Ilmu Komunikasi.

Bagi mahasiswa angkatan 1980/1981 yang sebelumnya tidak memiliki jurusan sampai semester VI, maka pada semester VII mereka diwajibkan untuk memilih salah satu dari dua jurusan yang ada.

Berdasarkan kedua jurusan yang telah dibuka pada FISIP USU, maka melalui SIPENMARU, FISIP USU menambah jumlah penerimaan mahasiswa. Adapun jumlah mahasiswa yang diterima pada Tahun Akademik 1983/1984 yaitu sebanyak 74 orang.

Setelah tiga tahun berdiri yaitu pada tahun 1983 Drs M. Adham Nasution yang sebelumnya adalah sebagai Pejabat Sementara Dekan, diangkat menjadi Dekan FISIP USU yang pertama berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 77121/C.I/83 dengan masa periode 1983-1986.

Pada periode ini Dekan sebagai pimpinan fakultas menunjuk para pembantunya yaitu sebagai berikut:

1. Pembantu Dekan I : Dra. Arnita Zainuddin
2. Pembantu Dekan II : Drs. Haniful Chair Nasution
3. Pembantu Dekan III : Drs. Arifin Siregar

Pada tahun 1983 berdasarkan Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 4/K. Tahun 1982 Drs. M. Adham Nasution diangkat sebagai Guru Besar pertama pada FISIP USU.

Melalui Proyek Pengembangan Pendidikan Tinggi (P3T) di USU, maka pada tahun 1984 gedung FISIP USU telah selesai dibangun di Jalan Dr. A. Sofyan No. 1 Kampus USU. Dengan selesainya gedung baru tersebut, maka pada tanggal 18 Agustus 1984 baik itu kegiatan perkuliahan maupun kegiatan administrasi yang menunjang pendidikan dan pengajaran dipindahkan ke gedung baru tersebut.

Pada Tahun Akademik 1984/1985 mahasiswa yang diterima melalui SIPENMARU berjumlah 71 orang pada dua jurusan yaitu Jurusan Ilmu Administrasi dan Jurusan Ilmu Komunikasi.

Pada bulan Februari tahun 1985 FISIP USU berhasil mencetak alumni pertamanya sebanyak 10 orang terdiri dari 3 orang Jurusan Ilmu Komunikasi atas nama Suwardi Lubis, Mukti Sitompul, dan Ahmad Daud Siregar. Sedangkan 7 orang dari Jurusan Ilmu Administrasi yaitu atas nama Zakaria, Marlon Sihombing, Ridwan Rangkuti, Rasyudin Ginting, Tunggul Sihombing, Henry Lubis, dan Panca Ria Sembiring. Pelantikan terhadap kesepuluh orang ini diadakan pada 8 Maret 1985 di Gedung Perkuliahan FISIP USU.

Jumlah keseluruhan alumni yang dihasilkan FISIP USU pada tahun 1985 adalah sebanyak 36 orang terdiri dari 25 orang Jurusan Ilmu Administrasi dan 11 orang Jurusan Ilmu Komunikasi.

Pada Tahun Akademik 1985/1986, karena kedua jurusan tersebut dianggap sudah mapan, maka pada tahun akademik ini dibuka pula Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial.

Pada Tahun Akademik 1985/1986 FISIP USU melakukan kerjasama dengan Departemen Dalam Negeri yaitu dalam rangka pendidikan lanjutan bagi pegawai Depdagri yang memiliki Ijazah Sarjana Muda sebagai mahasiswa Tugas Belajar untuk mengikuti perkuliahan pada jenjang strata-I atau Sarjana. Pada tahun pertama FISIP USU menerima mahasiswa Tugas Belajar sebanyak 26 orang.

Kemudian pada Tahun Akademik 1986/1987 FISIP USU menambah lagi dua jurusan yaitu Jurusan Sosiologi dan Jurusan Antropologi. Mahasiswa Jurusan Antropologi yang diterima adalah mahasiswa pindahan dari Fakultas Sastra USU berdasarkan Surat Keputusan Rektor USU Nomor 163/PTO5/SK/Q.86 tanggal 14 Mei 1986.

Dalam perpindahan ini semua kegiatan administrasi dan kemahasiswaan yang terdaftar di Jurusan Antropologi pada Fakultas Sastra USU dipindahkan ke FISIP USU, kecuali mahasiswa



yang sedang menyelesaikan skripsi dan mengikuti perkuliahan pada semester VIII, mereka tetap mengikuti perkuliahan di Fakultas Sastra USU sampai selesai pendidikannya.

Pada Tahun Akademik 1986/1987 jumlah mahasiswa yang diterima di FISIP USU sebanyak 375 orang terdiri dari 333 orang mahasiswa Reguler dan 42 orang mahasiswa Tugas Belajar.

Setelah menjalani periode pertama yaitu tahun 1983-1986 sebagai Dekan FISIP USU, maka pada tahun 1986 tersebut Prof. M. Adham Nasution diusulkan kembali menjadi Dekan FISIP USU. Selanjutnya melalui Surat Keputusan Mendikbud Nomor 79511/A.2/C/1986, tanggal 23 Oktober 1986 mengangkat kembali Prof. M. Adham Nasution sebagai Dekan FISIP USU untuk kedua kalinya yaitu periode 1986-1989.

Pada periode ini Dekan sebagai pimpinan Fakultas menunjuk para pembantunya yaitu sebagai berikut:

Pembantu Dekan I : Nurhaina Burhan, S.H

Pembantu Dekan II : Drs. Armyn Sipahutar

Pembantu Dekan III : Dra. Irmawati Soeprapto

Pada Tahun Akademi 1987/1988 FISIP USU telah memiliki lima jurusan yaitu Ilmu Administrasi, Ilmu Komunikasi, Ilmu Kesejahteraan Sosial, Sosiologi, dan Antropologi.

Jumlah mahasiswa yang diterima pada Tahun Akademik 1987/1988 adalah sebanyak 205 orang. Terdiri dari 161 orang mahasiswa Reguler dan 44 orang mahasiswa Belajar.

Pada tahun 1987 jumlah alumni yang dihasilkan FISIP USU sebanyak 91 orang terdiri dari 51 orang Jurusan Ilmu Administrasi, 15 orang Jurusan Ilmu Komunikasi, dan 25 orang Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial.

Pada Tahun Akademik 1988/1989 FISIP USU menerima mahasiswa sebanyak 241 orang yang terdiri dari 197 orang mahasiswa Reguler dan 44 orang mahasiswa Belajar. Jumlah alumni yang dihasilkan FISIP USU pada tahun 1988 adalah sebanyak 125 orang.

Pada Tahun Akademik 1989/1990 FISIP USU menerima mahasiswa sebanyak 207 orang yang kesemuanya adalah mahasiswa Reguler. Jumlah alumni FISIP USU pada tahun 1989 adalah 141 orang.

Pada tahun 1990, masa periode jabatan Dekan untuk yang kedua kalinya sudah berakhir. Hal ini sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa jabatan Dekan hanya maksimal selama 2 periode.

Pada proses pemilihan Dekan selanjutnya, FISIP USU melalui senat melakukannya secara voting. Dari hasil voting tersebut, yang terpilih menjadi Dekan adalah Dr. Asma Affan, MPA, yang selanjutnya untuk diusulkan ke Mendikbud atas rekomendasi Rektor.

Berdasarkan Surat Keputusan Mendikbud Nomor 20208/A2.I.2/C/1990, tanggal 14 Maret 1990 diangkatlah saudara Dr. Asma Affan, MPA sebagai Dekan FISIP USU masa periode 1990-1993. pada periode ini Dekan sebagai pimpinan Fakultas menunjuk para pembantunya yaitu sebagai berikut:

Pembantu Dekan I : Drs. Rahim Siregar, M.A

Pembantu Dekan II : Dra. Arnita Zainuddin

Pembantu Dekan III : Drs. Siswo Suroso

Pada Tahun Akademik 1990/1991 jumlah mahasiswa yang diterima di FISIP USU adalah sebanyak 233 orang. Jumlah alumni yang dihasilkan FISIP USU tahun 1990 adalah sebanyak 135 orang.

Pada Tahun Akademik 1991/1992 jumlah mahasiswa yang diterima di FISIP USU sebanyak 237 orang. Pada tahun 1991 jumlah alumni yang dihasilkan FISIP USU sebanyak 108 orang.

Berdasarkan Surat Keputusan Mendikbud Nomor 520931/A2.I2/C/1993 tanggal 20 Agustus 1993, maka Drs. Amru Nasution diangkat sebagai Dekan FISIP USU untuk masa periode 1993-1996. Pada periode ini Dekan sebagai pimpinan Fakultas menunjuk para pembantunya sebagai berikut:

Pembantu Dekan I : Dra. Nurwida Nuru

Pembantu Dekan II : Dra. Irmawati Soeprapto

Pembantu Dekan III : Drs. Sakhyan Asmara

Setelah 3 tahun masa jabatan Dekan FISIP USU, maka tahun 1996 dibentuklah Panitia Pemilihan Calon Dekan yang baru. Dari hasil rapat Senat yang dilaksanakan ternyata Drs. Amru Nasution diusulkan kembali sebagai calon tunggal masa periode 1996-1999. Berdasarkan Surat Keputusan Mendikbud Nomor 51141/A2.I2/KP/1996 tanggal 23 September 1996 Drs. Amru Nasution diangkat kembali sebagai Dekan FISIP USU, dengan menunjuk para pembantunya:

Pembantu Dekan I : Dra. Nurwida Nuru

Pembantu Dekan II : Drs. Subilhar, MA

Pembantu Dekan III : Drs. Sakhyan Asmara

Pada tahun 1999 masa jabatan Dekan FISIP USU telah berakhir. Drs. Amru Nasution sebagai Dekan tidak dapat lagi mencalonkan diri untuk ketiga kalinya. Melalui Rapat Senat FISIP USU, ternyata yang terpilih sebagai Dekan FISIP USU adalah Drs. Subilhar, MA yang selanjutnya diusulkan ke Mendikbud atas rekomendasi Rektor.

Berdasarkan Surat Keputusan Rektor Nomor 1998/JO5/KP/1999 tanggal 9 Desember, Drs. Subilhar, MA diangkat sebagai Dekan FISIP USU masa periode 1999-2003.

Dalam perkembangan selanjutnya pada tahun 2001/2002 FISIP USU mengusulkan kembali agar menambah jurusan yang baru yaitu Jurusan Ilmu Politik. Berdasarkan Surat Izin Direktur Jendral Pendidikan Tinggi Nomor 2809/D/T/2001 tanggal 30 Agustus 2001 dibukalah jurusan tersebut.

Melalui rapat senat tanggal 25 April 2001 FISIP USU kembali mengusulkan ke Rektor USU agar FISIP USU membuka program baru yaitu Program Extension yang berada di bawah naungan masing-masing jurusan yang ada di FISIP USU.

### **III.1.2 Program Studi**

Pada tahun 1983 dengan surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 0535/0/83 tentang Jenis dan Jumlah pada Fakultas – Fakultas di lingkungan Universitas Sumatera Utara, disebutkan bahwa FISIP USU mempunyai 5 (lima) jurusan dengan urutan sebagai berikut:

1. Jurusan Ilmu Administrasi Negara
2. Jurusan Ilmu Komunikasi
3. Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial
4. Jurusan Sosiologi
5. Jurusan Antropologi

Pada tahun Akademik 1995/1996, FISIP USU membuka Program Diploma I  
(DI) dan Program Diploma II (DII), bekerjasama dengan Direktorat Jendral Pajak. Pada Tahun

ajaran 2000/2001 program DI Administrasi Perpajakan tidak menerima mahasiswa baru lagi, dengan jumlah alumni FI seluruhnya adalah 153 orang.

Pada tahun akademik 2001/2002 telah dibuka Program Studi Ilmu Politik berdasarkan SK No.616/J05/SK/PP/2002 dan telah menerima sejumlah 60 mahasiswa.

### **III.1.3 Visi dan Misi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

- a. Visi yang diemban FISIP USU adalah menjadi pusat pendidikan dan rujukan bidang ilmu sosial di Asia Tenggara
- b. Misi yang diemban FISIP USU adalah menghasilkan alumni yang mampu bersaing dalam skala global, menjadi pusat riset, dan studi ilmu – ilmu sosial.

### **III.1.4 Tujuan, Tugas dan Fungsi FISIP USU**

#### ***Tujuan:***

Sebagai lembaga Pendidikan Tinggi yang bernaung di bawah Universitas Sumatera Utara mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademika dan atau profesional yang mampu menerapkan, mengembangkan dan/atau menciptakan ilmu pengetahuan dan keterampilan tinggi, disertai budi yang luhur, mencintai bangsa dan sesama manusia sesuai dengan falsafah.
2. Mengembangkan dan menebarkan ilmu pengetahuan serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional sesuai dengan Pancasila.

### ***Tugas:***

Menyelenggarakan kegiatan untuk mencapai tujuan sebagaimana tersebut diatas dengan berpedoman pada:

1. Tujuan pendidikan nasional
2. Kaedah, moral dan etika ilmu pengetahuan
3. Kepentingan masyarakat serta memperhatikan minat, kemampuan dan prakarsa pribadi.

### ***Fungsi:***

1. Melaksanakan pengembangan pendidikan dan pengajaran
2. Melaksanakan penelitian dalam rangka pengembangan kebudayaan, khususnya ilmu pengetahuan sosial
3. Melaksanakan pengabdian pada masyarakat
4. Melaksanakan kegiatan pelaksanaan administratif

## **III.2 Metodologi Penelitian**

Metode dalam pembuatan penelitian ini menggambarkan tentang tata cara pengumpulan data yang diperlukan guna menjawab permasalahan yang ada dalam kegiatan ilmiah. Metodologi merupakan hal yang penting untuk menentukan secara teoritis teknik operasional yang dipakai sebagai pegangan dalam mengambil langkah – langkah sehingga diketahui tentang:

### **III.2.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional. Metode korelasional adalah metode yang berusaha menjelaskan suatu permasalahan atau gejala yang lebih khusus dalam penjelasan antara dua objek. Metode penelitian ini bertujuan untuk

menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, seberapa besar eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut.

### III.2.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, yang berada di Jalan Dr. A. Sofyan No. 1 Kampus USU Medan.

### III.3 Populasi dan Sampel

#### III.3.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan. Udara gejala, nilai, peristiwa, sikap, hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. (Bungin, 2005:100). Populasi terdiri dari mahasiswa program Reguler S-1 Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara yang masih aktif menjalani masa perkuliahan. Perlu untuk diketahui, bahwa Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik terdiri dari 6 Departemen masing – masing adalah Ilmu Komunikasi, Ilmu Administrasi Negara, Ilmu Politik, Sosiologi, Ilmu Kesejahteraan Sosial, dan Antropologi Sosial.

**Tabel 4. Jumlah Mahasiswa S-1 Reguler Aktif FISIP USU Angkatan 2007-2008**

	Departemen					
	Adm Negara	Antropologi	Kes. Sosial	Ilmu Komunikasi	Ilmu Politik	Sosiologi
<b>Stambuk 2007</b>	87	56	60	107	69	70
<b>Stambuk 2008</b>	84	51	57	123	77	65
<b>Jumlah</b>	171	107	117	230	146	135

<b>Jlh total</b>	<b>906</b>
------------------	------------

Sumber : Kasubag. Pendidikan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2009

### **III.3.2 Sampel**

Dalam penelitian yang dilakukan adapun penarikan sample ditetapkan secara proporsional dari jumlah sampel populasi 906 ditetapkan sample sebesar 3%. Adapun penarikan sample secara proporsional dengan perimbangan:

1. dilihat dari keterbatasan dana yang tersedia penulis hanya mampu mengambil sample secara proporsional sebesar 3%, demi kelangsungan penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
2. Dilihat dari waktu yang tersedia serta data yang ada penelitian ini sangat dimungkinkan dapat diselesaikan tepat pada waktunya sesuai dengan kemampuan penulis.
3. Pemilihan penarikan sample secara proporsional karena karakteristik responden bersifat homogen yaitu mahasiswa.

### **III.4 Teknik Penarikan Sampel**

#### **1. Purposive Sampling**

Pengambilan sampling dengan tehnik yang disesuaikan dengan tujuan penelitian, dimana sampel yang digunakan sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006:154). Adapun Kriteria sampel yang dimaksud dalam penelitian ini adalah:

- 1) Mahasiswa FISIP USU program Reguler S-1 stambuk 2007-2008
- 2) Memiliki *blog* pribadi.

#### **2. Accidental Sampling**



Teknik ini adalah memilih siapa saja yang kebetulan dijumpai untuk dijadikan sampel. Teknik ini digunakan jika peneliti merasa kesulitan untuk menemui responden atau karena topik yang diteliti adalah persoalan umum di mana semua orang mengetahuinya (Kriyantono, 2006:156).

### **III.5 Teknik Pengumpulan Data.**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian kepustakaan yaitu, suatu cara pengambilan data yang dilakukan melalui keputusan dengan membaca buku-buku literatur serta tulisan yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.
2. Penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu, untuk mengumpulkan data dari penelitian yang dilakukan bahwa salah satu teknik pengumpulan data adalah menggunakan wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah salah satu teknik pengumpulan data terhadap subjek penelitian dengan cara mengajukan pertanyaan struktur yang digunakan dalam bentuk "*Projective Questioner*" adalah model pertanyaan yang diajukan kepada responden dengan cara memilih jawaban yang telah disediakan.

### **III.6 Teknik Analisis Data**

Analisa data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipresentasikan (Singarimbun, 1995: 263). Data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisa dalam beberapa tahap analisa, yaitu:

- a. Analisis Deskriptif

Analisa deskripsif merupakan yaitu suatu analisa yang dilakukan dengan membagi-bagikan variabel penelitian kedalam kategori-kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi. Analisis deskriptif merupakan langkah awal dalam menganalisa kolom yang merupakan sejumlah frekuensi dan persentasi untuk setiap kategori (Singarimbun, 1995:266).

#### b. Analisis Korelasional

Teknik yang digunakan untuk menganalisa dan mengetahui variabel yang satu memiliki hubungan dengan variabel lainnya, sehingga dapat diketahui apakah variabel tersebut positif atau negatif (Singarimbun, 1995:273).

#### c. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah pengujian data statistik untuk mengetahui data hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Untuk menguji hubungan diantara kedua variabel yang dikorelasikan maka peneliti menggunakan rumus koefisien korelasi tata jenjang oleh Spearman (*Spearman's Rho Rank-Order correlations*) dengan menggunakan piranti lunak SPSS 16 (*Statistical Product and System Solution*). Dalam teknik ini setiap data dari variabel –variabel yang diteliti harus ditetapkan peringkatnya dari yang terkecil sampai terbesar (diranking). Rumus koefisien korelasinya adalah :

$$Rho = 1 - \frac{6 - \sum d^2}{N(N^2 - 1)} \quad (\text{Kriyantono, 2006:174})$$

Keterangan : Rs (rho) = koefisien korelasi *rank-order*

Angka 1 = bilangan konstan

6 = bilangan konstan

d = perbedaan antara pasangan jenjang

$\sum$  = sigma atau jumlah

$N$  = jumlah individu dalam sampel

Spearman Rho Koefisien adalah metode untuk menganalisis data dan untuk melihat hubungan antara variabel yang sebenarnya dengan skala ordinal.

Jika  $r_s < 0$ , maka hipotesa ditolak.

Jika  $r_s > 0$ , maka hipotesa diterima.



## **BAB IV**

### **ANALISA DATA**

#### **IV.1 Pengumpulan Data**

Tahapan pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi :

a) Penelitian kepustakaan (Library Research)

Yaitu penelitian yang digunakan dengan mengumpulkan data-data dan literatur serta bacaan yang relevan dan mendukung penelitian ini. Dapat juga didapat dari buku-buku, jurnal, majalah, surat kabar dan internet yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

b) Penelitian Lapangan (Field Research)

Dalam penelitian ini, untuk menghimpun data hasil penelitian, peneliti menggunakan kuesioner. Pertanyaan melalui kuesioner disusun secara lebih sistematis. Adapun model pertanyaan yang digunakan adalah dalam bentuk “projective questionnaire”. Projective questionnaire adalah suatu model pertanyaan yang mengajukan pilihan jawaban kepada responden.

Tahapan penelitian lapangan adalah:

- Penyebaran kuesioner penelitian pada tanggal
- Pemilihan sampel dilihat dari syarat kepemilikan akun Facebook.
- Peneliti memberikan keterangan seperlunya tentang kuesioner penelitian. Hampir keseluruhan murid tidak mengalami kesulitan yang berarti dalam mengisi kuesioner penelitian yang berisi 26 pertanyaan tersebut.

## IV.2 Pengolahan Data

Setelah data dikumpulkan, maka tahap selanjutnya adalah pengolahan data hasil jawaban murid dalam kuesioner penelitian. Pengolahan data ini meliputi tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a. Penomoran kuesioner , proses ini dilakukan dengan memberikan nomor dalam kotak yang tersedia di sebelah kanan kuesioner.
- b. Editing, tahap ini dilakukan untuk memperbaiki apabila ada kesalahan dalam pengisian.
- c. Tabulasi data, tahap ini dilakukan dengan memasukkan data kuesioner penelitian ke dalam tabel frekuensi, persentase, dan selanjutnya dianalisa kecenderungan jawaban sebagai jawaban mayoritas yang menunjuk keadaan umumnya.
- d. Pengujian hipotesa, tahap pengujian data statistik untuk mengetahui apakah data yang ditemukan menolak atau menerima hipotesa penelitian yang diajukan. Untuk mengukur hubungan tinggi atau rendahnya hubungan antarvariabel digunakans skala *Guilford*.

## IV.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang dilakukan peneliti dengan membagi variabel ke dalam kategori-kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi. Analisis data ini terdiri dari kolom frekuensi, persentase, kumulatif persentase dari masing-masing jawaban dalam kuesioner penelitian.

Data yang disajikan dan dibahas dalam tabel tunggal penelitian ini masing-masing sebagai berikut :

**Tabel 4**

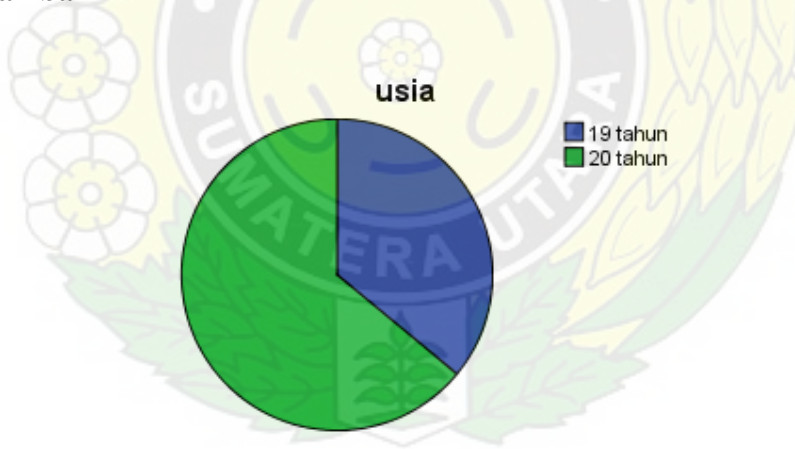
**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19 tahun	9	36.0	36.0	36.0
	20 tahun	16	64.0	64.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “usia”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden usia “19 tahun” berjumlah 9 (36%), responden usia “20 tahun” berjumlah 16 (64%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel usia dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 4**



**Tabel 5**

		angkatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2007	12	48.0	48.0	48.0
	2008	13	52.0	52.0	100.0

		angkatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2007	12	48.0	48.0	48.0
	2008	13	52.0	52.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “angkatan”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden angkatan “2007” berjumlah 12 (48%), responden angkatan “2008” berjumlah 13 (52%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel angkatan dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

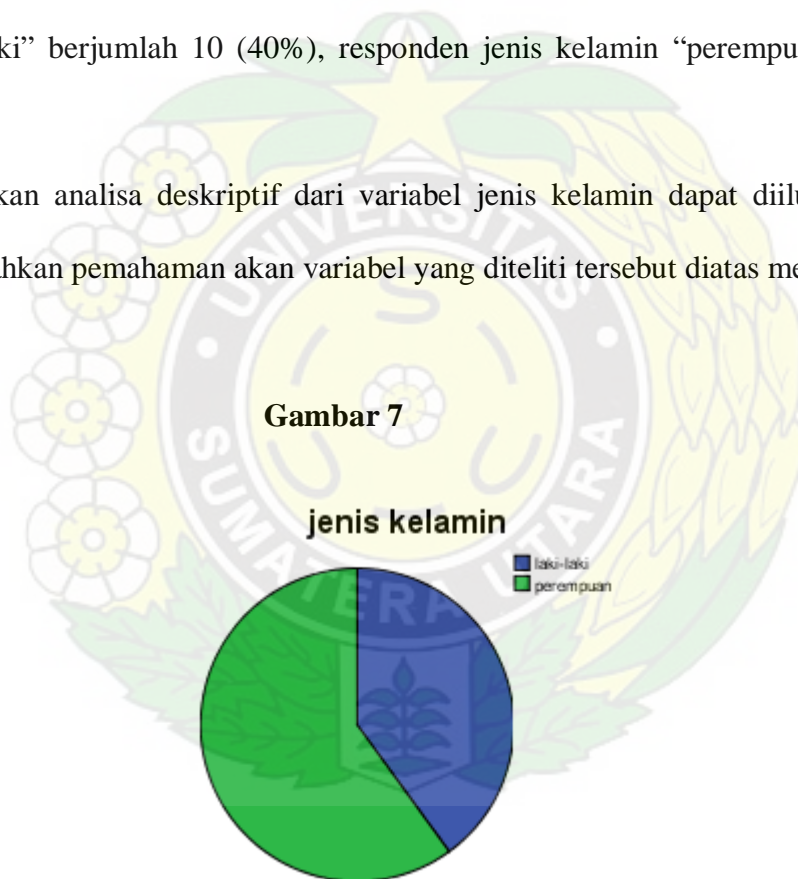


**Tabel 7**  
**jenis kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	10	40.0	40.0	40.0
perempuan	15	60.0	60.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “jenis kelamin”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden jenis kelamin “laki-laki” berjumlah 10 (40%), responden jenis kelamin “perempuan” berjumlah 15 (60%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel jenis kelamin dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :



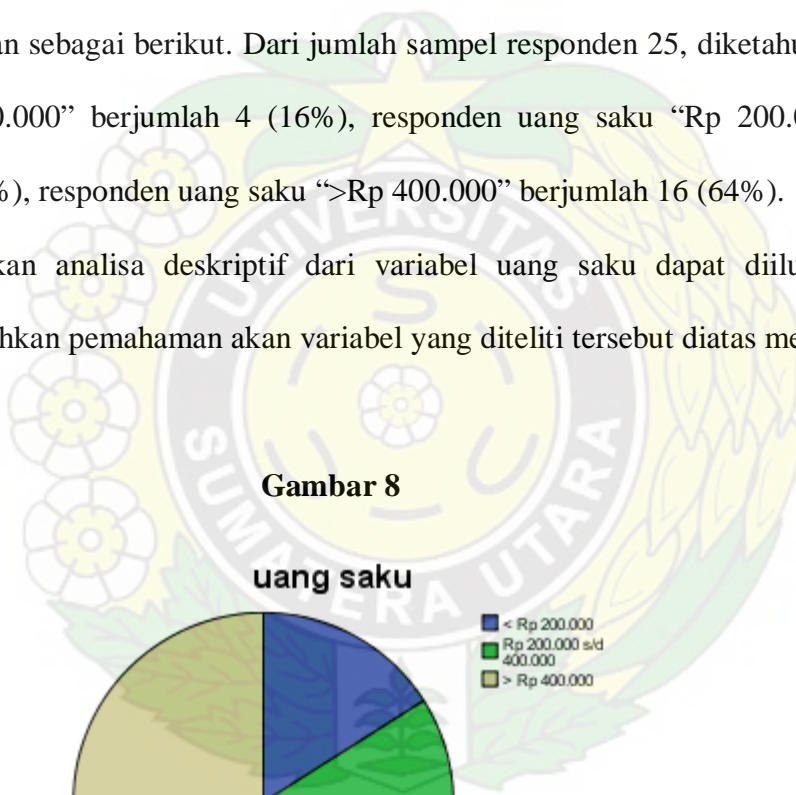
**Tabel 8**



uang saku				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 200.000	4	16.0	16.0	16.0
Rp 200.000 s/d 400.000	5	20.0	20.0	36.0
> Rp 400.000	16	64.0	64.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “uang saku”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden uang saku “< Rp 200.000” berjumlah 4 (16%), responden uang saku “Rp 200.000 s/d 400.000” berjumlah 5 (20%), responden uang saku “>Rp 400.000” berjumlah 16 (64%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel uang saku dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :



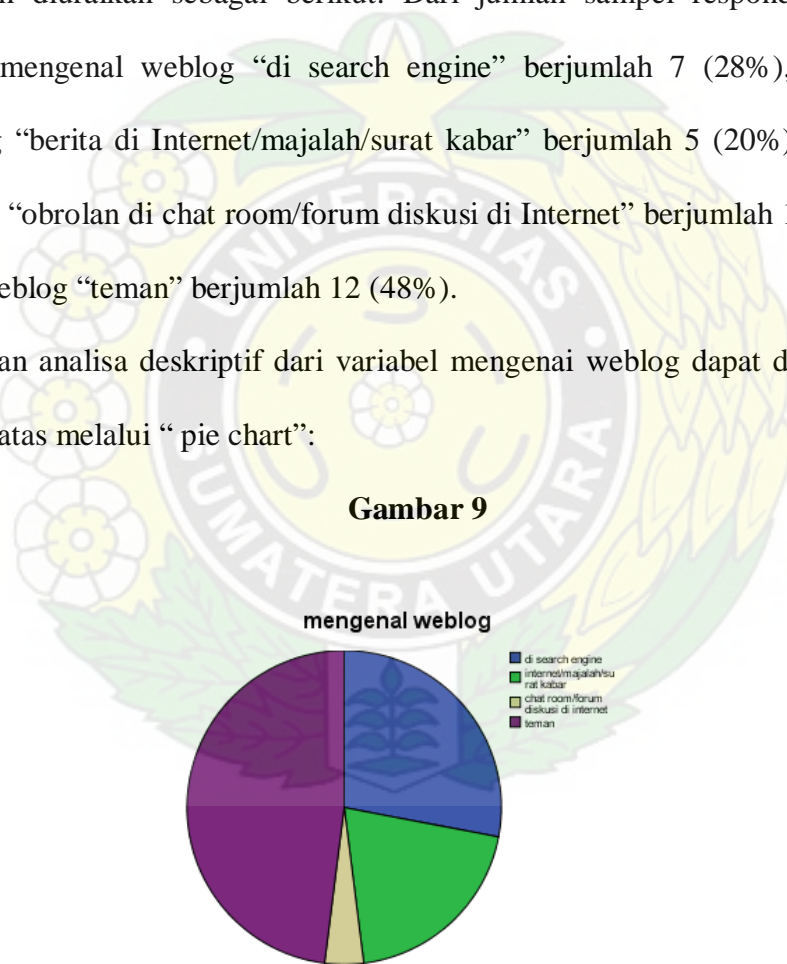
**Tabel 9**  
**Mengenal weblog**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	di search engine	7	28.0	28.0	28.0
	internet/majalah/surat kabar	5	20.0	20.0	48.0
	chat room/forum diskusi di internet	1	4.0	4.0	52.0
	teman	12	48.0	48.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “mengenal weblog”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden yang mengenal weblog “di search engine” berjumlah 7 (28%), responden yang mengenal weblog “berita di Internet/majalah/surat kabar” berjumlah 5 (20%), responden yang mengenal weblog “obrolan di chat room/forum diskusi di Internet” berjumlah 1 (4%), responden yang mengenal weblog “teman” berjumlah 12 (48%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel mengenai weblog dapat diilustrasikan yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart”:



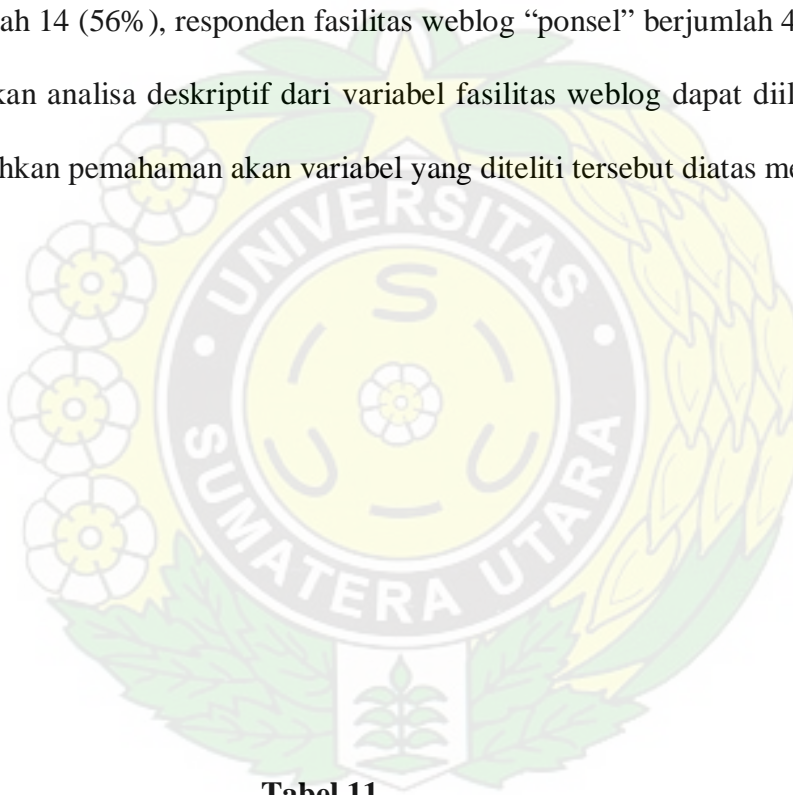
**Tabel 10**  
**Fasilitas weblog**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid komputer pribadi	7	28.0	28.0	28.0

warung internet	14	56.0	56.0	84.0
ponsel	4	16.0	16.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “fasilitas weblog”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden fasilitas weblog “komputer pribadi” berjumlah 7 (28%), responden fasilitas weblog “warung internet” berjumlah 14 (56%), responden fasilitas weblog “ponsel” berjumlah 4 (16%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel fasilitas weblog dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :



**Tabel 11**  
**Menggunakan weblog**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid internet/majalah/surat kabar	6	24.0	24.0	24.0
buku panduan	1	4.0	4.0	28.0
teman	8	32.0	32.0	60.0
otodidak	10	40.0	40.0	100.0

### Menggunakan weblog

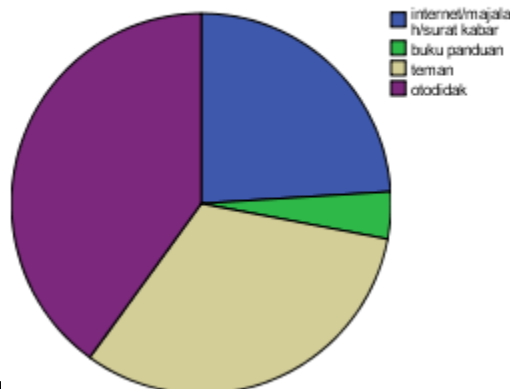
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid internet/majalah/surat kabar	6	24.0	24.0	24.0
buku panduan	1	4.0	4.0	28.0
teman	8	32.0	32.0	60.0
otodidak	10	40.0	40.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai cara “menggunakan weblog”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden menggunakan weblog “Internet/Majalah/Surat kabar” berjumlah 6 (24%), responden menggunakan weblog “buku panduan” berjumlah 1 (4%), responden menggunakan weblog “teman” berjumlah 8 (32%), responden menggunakan weblog “otodidak” berjumlah 10 (40%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel menggunakan weblog dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 11**

### menggunakan weblog



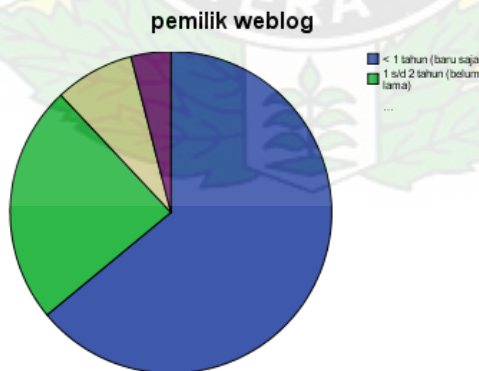
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 tahun (baru saja)	16	64.0	64.0	64.0
1 s/d 2 tahun (belum lama)	6	24.0	24.0	88.0
2 s/d 3 tahun (sudah lama)	2	8.0	8.0	96.0
> 3 tahun (sudah sangat lama)	1	4.0	4.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

er  
 dasarkan  
 statistic  
 spss  
 viewer,  
 adapun

analisis deskriptif mengenai “pemilik weblog”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden pemilik weblog “< 1 tahun (baru saja)” berjumlah 16 (64%), responden pemilik weblog “1 s/d 2 tahun (belum lama)” berjumlah 6 (24%), responden pemilik weblog 2 s/d 3 tahun (sudah lama) berjumlah 2 (8%), responden pemilik weblog > 3 tahun (sudah sangat lama) berjumlah 1 (4%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel pemilik weblog dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 12**



**Tabel 13**

**Ngeblog dalam seminggu**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 s/d 2 kali (kurang sekali)	16	64.0	64.0	64.0

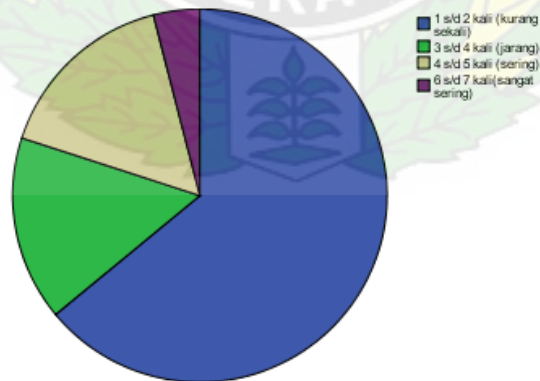
3 s/d 4 kali (jarang)	4	16.0	16.0	80.0
4 s/d 5 kali (sering)	4	16.0	16.0	96.0
6 s/d 7 kali(sangat sering)	1	4.0	4.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “ngeblog dalam seminggu”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden ngeblog dalam seminggu “1 s/d 2 kali (kurang sekali)” berjumlah 16 (64%), responden ngeblog dalam seminggu “3 s/d 4 kali (jarang)” berjumlah 4 (16%), responden ngeblog dalam seminggu “4 s/d 5 kali (sering)” berjumlah 4 (16%), responden ngeblog dalam seminggu “6 s/d 7 kali (sangat sering)” berjumlah 1 (4%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel ngeblog dalam seminggu dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 13**

**ngeblog dalam seminggu**



**Tabel 14**

**Menghabiskan waktu ngeblog**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	< 1 jam (sedikit)	11	44.0	44.0	44.0
	1 s/d 2 jam (kurang bnyak)	8	32.0	32.0	76.0
	2 s/d 3 jam (banyak)	5	20.0	20.0	96.0
	> 3 jam (sangat banyak)	1	4.0	4.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “beberapa banyak waktu yang dihabiskan setiap kali ngeblog”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden menghabiskan waktu ngeblog “< 1 jam ( sedikit)” berjumlah 11 (44%), responden menghabiskan waktu ngeblog “1 s/d 2 jam (kurang banyak)” berjumlah 3 (32%), responden menghabiskan waktu ngeblog “2 s/d 3 jam (banyak)” berjumlah 5 (20%), responden menghabiskan waktu ngeblog “> 3 jam (sangat banyak)” berjumlah 1 (47%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel menghabiskan waktu ngeblog dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 14**



**Tabel 15**  
**tema weblog pribadi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid diary/curhat	8	32.0	32.0	32.0
jurnal perjalanan/kegiatan anda	5	20.0	20.0	52.0
minat/hobi	5	20.0	20.0	72.0
lainnya	7	28.0	28.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “tema weblog pribadi”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden tema weblog pribadi “diary/curhat” berjumlah 8 (32%), responden tema weblog pribadi “jurnal perjalanan/kegiatan anda” berjumlah 5 (20%), responden tema weblog pribadi “minat/hobi” berjumlah 5 (20%), responden tema weblog pribadi “lainnya” berjumlah 7 (28%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel tema weblog pribadi dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 15**



**Tabel 16**

**Menggunakan weblog untuk mendapatkan hiburan**



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid kurang benar	5	20.0	20.0	20.0
benar	19	76.0	76.0	96.0
sangat benar	1	4.0	4.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “menggunakan weblog untuk mendapatkan hiburan”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden menggunakan weblog mendapatkan hiburan “kurang benar” berjumlah 5 (20%), responden menggunakan weblog mendapatkan hiburan “benar” berjumlah 19 (76%), responden menggunakan weblog mendapatkan hiburan “sangat benar” berjumlah 1 (4%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel menggunakan weblog untuk hiburan dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 16**

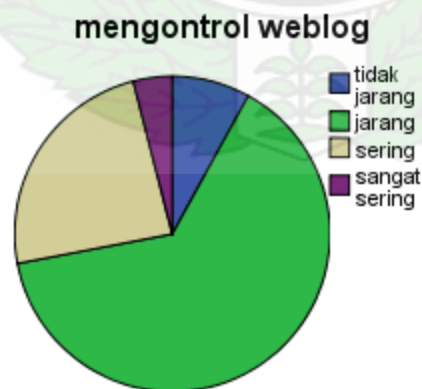


	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak jarang	2	8.0	8.0	8.0
jarang	16	64.0	64.0	72.0
sering	6	24.0	24.0	96.0
sangat sering	1	4.0	4.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “mengontrol weblog sampai saat ini”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden mengontrol weblog “tidak jarang” berjumlah 2 (8%), responden mengontrol weblog “jarang” berjumlah 16 (64%), responden mengontrol weblog “sering” berjumlah 6 (24%), responden mengontrol weblog “sangat sering” berjumlah 1 (4%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel mengontrol weblog dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 17**



**Tabel 18**  
**weblog memberikan informasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak dapat	1	4.0	4.0	4.0
kurang dapat	7	28.0	28.0	32.0
dapat	13	52.0	52.0	84.0
sangat dapat	4	16.0	16.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “fasilitas weblog dapat memberikan informasi”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden weblog dapat memberikan informasi “tidak dapat” berjumlah 1 (4%), responden weblog dapat memberikan informasi “kurang dapat” berjumlah 7 (28%), responden weblog dapat memberikan informasi “dapat” berjumlah 13 (52%), responden weblog dapat memberikan informasi “sangat dapat” berjumlah 4 (16%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel weblog memberikan informasi dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

Gambar 18



**Tabel 19**  
**menuliskan perasaan dalam sebuah weblog**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak bebas	1	4.0	4.0	4.0
	kurang bebas	9	36.0	36.0	40.0
	bebas	13	52.0	52.0	92.0
	sangat bebas	2	8.0	8.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “menuliskan perasaan dalam sebuah weblog”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden menuliskan perasaan dalam sebuah weblog “tidak bebas” berjumlah 1 (4%), responden menuliskan perasaan dalam sebuah weblog “kurang bebas” berjumlah 9 (36%), responden menuliskan perasaan dalam sebuah weblog “bebas” berjumlah 13 (52%), responden menuliskan perasaan dalam sebuah weblog “sangat bebas” berjumlah 2 (8%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel menuliskan perasaan dalam sebuah weblog dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 19**



**Tabel 20**  
**mempublikasikan tulisan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak pernah	4	16.0	16.0	16.0
jarang	12	48.0	48.0	64.0
sering	8	32.0	32.0	96.0
sangat sering	1	4.0	4.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “mempublikasikan tulisan kepada orang lain”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden mempublikasikan tulisan “tidak pernah” berjumlah 4 (16%), responden mempublikasikan tulisan “jarang” berjumlah 12 (48%), responden mempublikasikan tulisan “sering” berjumlah 8 (32%), responden mempublikasikan tulisan “sangat sering” berjumlah 1 (4%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel mempublikasikan tulisan kepada orang lain dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 20**



### menggunakan link untuk berkomunikasi

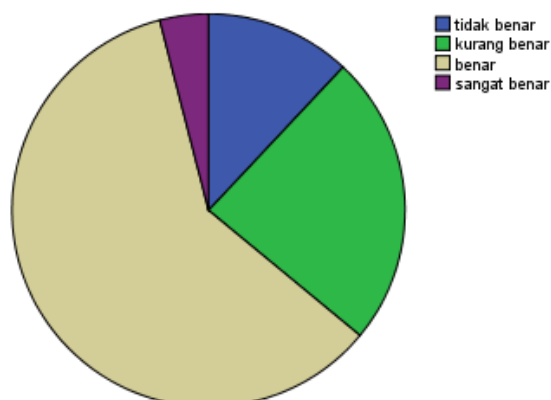
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak benar	3	12.0	12.0	12.0
kurang benar	6	24.0	24.0	36.0
benar	15	60.0	60.0	96.0
sangat benar	1	4.0	4.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “menggunakan link untuk berkomunikasi”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden menggunakan link untuk berkomunikasi “tidak benar” berjumlah 3 (12%), responden menggunakan link untuk berkomunikasi “kurang benar” berjumlah 6 (24%), responden menggunakan link untuk berkomunikasi “benar” berjumlah 15 (60%), responden menggunakan link untuk berkomunikasi “sangat benar” berjumlah 1 (4%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel menggunakan link untuk berkomunikasi dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 21**

### menggunakan link untuk berkomunikasi



**Tabel 22**  
**blogger lain mengomentari tulisan anda**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak pernah	3	12.0	12.0	12.0
jarang	10	40.0	40.0	52.0
sering	9	36.0	36.0	88.0
sangat sering	3	12.0	12.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “blogger lain mengomentari tulisan anda”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden blogger lain mengomentari tulisan anda “tidak pernah” berjumlah 3 (12%), responden blogger lain menuliskan tulisan anda “jarang” berjumlah 10 (40%), responden blogger lain menuliskan tulisan anda “sering” berjumlah 9 (36%), responden blogger lain menuliskan tulisan anda “sangat sering” berjumlah 3 (12%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel blogger lain mengomentari tulisan anda dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 22**



**Tabel 23**  
**komentar balasan kepada blogger lain**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak pernah	4	16.0	16.0	16.0
jarang	9	36.0	36.0	52.0
sering	11	44.0	44.0	96.0
sangat sering	1	4.0	4.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “memberikan komentar balasan kepada blogger lain”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden memberikan komentar balasan kepada blogger lain “tidak pernah” berjumlah 4 (16%), responden memberikan komentar balasan kepada blogger lain “jarang” berjumlah 9 (36%), responden memberikan komentar balasan kepada blogger lain “sering” berjumlah 11 (44%), responden memberikan komentar balasan kepada blogger lain “sangat sering” berjumlah 1 (4%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel komentar balasan kepada blogger lain dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 23**





**Gambar 24**  
**weblog berhubungan dengan komunikasi di dunia nyata**

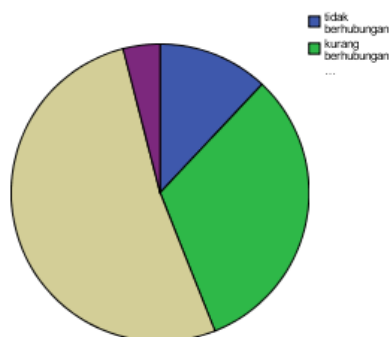
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak berhubungan	3	12.0	12.0	12.0
kurang berhubungan	8	32.0	32.0	44.0
berhubungan	13	52.0	52.0	96.0
sangat berhubungan	1	4.0	4.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “weblog berhubungan dengan komunikasi di dunia nyata”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden weblog berhubungan dengan komunikasi di dunia nyata “tidak berhubungan” berjumlah 3 (12%), responden weblog berhubungan dengan komunikasi di dunia nyata “kurang berhubungan” berjumlah 8 (32%), responden weblog berhubungan dengan komunikasi di dunia nyata “berhubungan” berjumlah 13 (52%), weblog berhubungan dengan komunikasi di dunia nyata “sangat berhubungan” berjumlah 1 (4%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel weblog berhubungan dengan komunikasi di dunia nyatadapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart”

**Gambar 24**

**weblog berhubungan dengan komunikasi di dunia nyata**



**Tabel 25**  
**munculnya komunitas-komunitas maya**

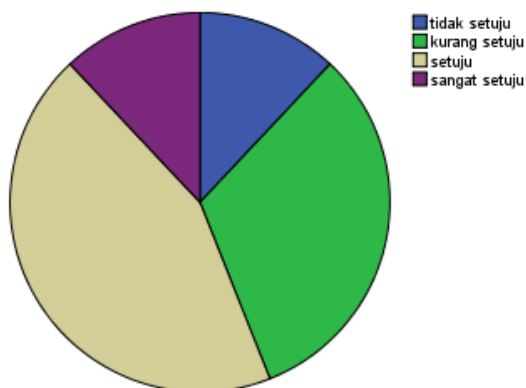
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	3	12.0	12.0	12.0
kurang setuju	8	32.0	32.0	44.0
setuju	11	44.0	44.0	88.0
sangat setuju	3	12.0	12.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “munculnya komunitas;komunitis maya”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden munculnya komunitas-komunitas maya “tidak setuju” berjumlah 3 (12%), responden munculnya komunitas-komunitas maya “kurang setuju” berjumlah 8 (32%), responden munculnya komunitas-komunitas maya “setuju” berjumlah 11 (44%), responden munculnya komunitas-komunitas maya “sangat setuju” berjumlah 3 (12%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel munculnya komunitas-komunitas maya dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 25**

**munculnya komunitas-komunitas maya**



**Tabel 26**  
**mengenal semua teman dalam link secara nyata**

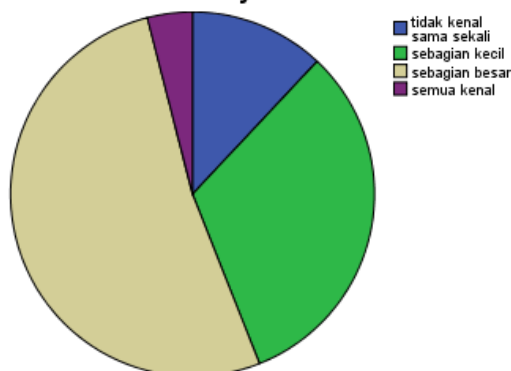
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak kenal sama sekali	3	12.0	12.0	12.0
sebagian kecil	8	32.0	32.0	44.0
sebagian besar	13	52.0	52.0	96.0
semua kenal	1	4.0	4.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “mengenal semua teman dalam link secara nyata”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden mengenal semua teman dalam link secara nyata “tidak kenal sama sekali” berjumlah 3 (12%), responden mengenal semua teman dalam link secara nyata “sebagian kecil” berjumlah 10 (32%), responden mengenal semua teman dalam link secara nyata “sebagian besar” berjumlah 13 (52%), responden mengenal semua teman dalam link secara nyata “semua kenal” berjumlah 1 (4%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel Usia dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 26**

**mengenal semua teman dalam link secara nyata**



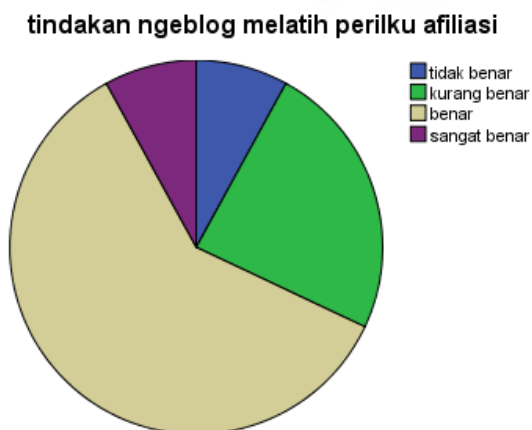
**Tabel 27**  
**tindakan ngeblog melatih perilaku afiliasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak benar	2	8.0	8.0	8.0
kurang benar	6	24.0	24.0	32.0
benar	15	60.0	60.0	92.0
sangat benar	2	8.0	8.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “tindakan ngeblog melatih perilaku afiliasi”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden tindakan ngeblog melatih perilaku afiliasi “tidak benar” berjumlah 2 (8%), responden tindakan ngeblog melatih perilaku afiliasi “kurang benar” berjumlah 6 (24%), responden tindakan ngeblog melatih perilaku afiliasi “benar” berjumlah 15 (60%), responden tindakan ngeblog melatih perilaku afiliasi “sangat benar” berjumlah 2 (8%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel tindakan ngeblog melatih perilaku afiliasi dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 27**



**Tabel 28**  
**weblog berpengaruh terhadap tingkat keterbukaan anda**

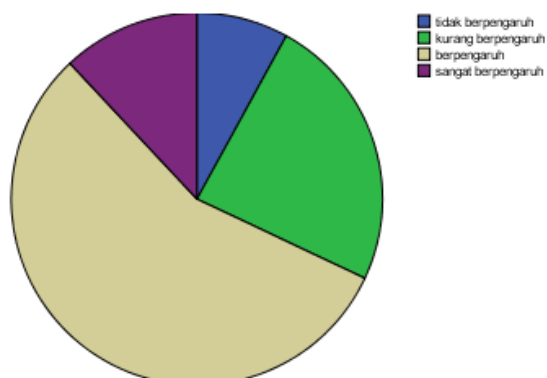
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak berpengaruh	2	8.0	8.0	8.0
kurang berpengaruh	6	24.0	24.0	32.0
berpengaruh	14	56.0	56.0	88.0
sangat berpengaruh	3	12.0	12.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Berdasarkan statistic spss viewer, adapun analisis deskriptif mengenai “weblog berpengaruh terhadap tingkat keterbukaan anda”, dapatlah diuraikan sebagai berikut. Dari jumlah sampel responden 25, diketahui responden weblog berpengaruh terhadap tingkat keterbukaan anda “tidak berpengaruh” berjumlah 2 (8%), responden weblog berpengaruh terhadap tingkat keterbukaan anda “kurang berpengaruh” berjumlah 6 (24%), responden weblog berpengaruh terhadap tingkat keterbukaan anda “berpengaruh” berjumlah 14 (56%), responden weblog berpengaruh terhadap tingkat keterbukaan anda “sangat berpengaruh” berjumlah 3 (12%).

Berdasarkan analisa deskriptif dari variabel weblog berpengaruh terhadap tingkat keterbukaan diri dapat diilustrasikan dengan maksud memudahkan pemahaman akan variabel yang diteliti tersebut diatas melalui “pie chart” :

**Gambar 28**

**weblog berpengaruh terhadap tingkat keterbukaan anda**



**IV.4 Analisis**

**1. Korelasi**

**Korelasional**

**antara lamanya**

menjadi blogger dan mengenal semua teman dalam link

**Tabel 29**  
**Lamanya menjadi blogger dan mengenal semua teman dalam link**

Dependent Variable: pemilik weblog

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	3.048 <sup>a</sup>	3	1.016	1.617	.215
Intercept	16.916	1	16.916	26.928	.000
MTL	3.048	3	1.016	1.617	.215
Error	13.192	21	.628		
Total	74.000	25			
Corrected Total	16.240	24			

a. R Squared = .188 (Adjusted R Squared = .072)

Berdasarkan output “SPSS Statistics Viewer”, diketahui nilai  $f_{hitung}$  sebesar 1.167 lebih besar dari  $f_{tabel}$  sebesar 0.05. Dengan demikian, bila analisis data tersebut dirumuskan melalui hipotesis, maka didapat:

$$f_{hitung} : 1.167 \geq f_{tabel} : 0.05$$

Maka hipotesis nol ditolak. Kesimpulannya, terdapat hubungan yang signifikan antara lamanya menjadi blogger dan mengenal semua teman dalam link.

## 2. Korelasi antara tema weblog dan fasilitas weblog terhadap keterbukaan diri

**Tabel 30**

## Tema weblog dan fasilitas weblog terhadap keterbukaan diri

Dependent Variable: menghabiskan waktu ngeblog

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	10.731 <sup>a</sup>	3	3.577	2.954	.056
Intercept	114.897	1	114.897	94.887	.000
FWK	10.731	3	3.577	2.954	.056
Error	25.429	21	1.211		
Total	185.000	25			
Corrected Total	36.160	24			

a. R Squared = .297 (Adjusted R Squared = .196)

Berdasarkan output “SPSS Statistics Viewer”, diketahui nilai  $f_{hitung}$  sebesar 2.954 lebih besar dari  $f_{tabel}$  sebesar 0.05. Dengan demikian, bila analisis data tersebut dirumuskan melalui hipotesis, maka didapat:

$$f_{hitung} : 2.954 \geq f_{tabel} : 0.05$$

Maka hipotesis nol ditolak. Kesimpulannya, terdapat hubungan yang signifikan antara tema weblog dan fasilitas weblog terhadap keterbukaan diri.

### 3. Korelasi antara menggunakan weblog untuk hiburan dan ngeblog melatih perilaku afiliasi

**Tabel 31**  
**Menggunakan weblog untuk hiburan dan ngeblog melatih perilaku afiliasi**

Dependent Variable: menggunakan weblog untuk mendapatkan hiburan

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	1.127 <sup>a</sup>	3	.376	1.863	.167
Intercept	116.109	1	116.109	575.974	.000
TNA	1.127	3	.376	1.863	.167
Error	4.233	21	.202		
Total	207.000	25			
Corrected Total	5.360	24			

a. R Squared = .210 (Adjusted R Squared = .097)

Berdasarkan output “SPSS Statistics Viewer”, diketahui nilai  $f_{hitung}$  sebesar 1.863 lebih besar dari  $f_{tabel}$  sebesar 0.05. Dengan demikian, bila analisis data tersebut dirumuskan melalui hipotesis, maka didapat:

$$f_{hitung} : 1.863 \geq f_{tabel} : 0.05$$

Maka hipotesis nol ditolak. Kesimpulannya, terdapat hubungan yang signifikan antara menggunakan weblog untuk hiburan dan ngeblog melatih perilaku afiliasi.

#### **4. Korelasi antara weblog memberikan informasi dan perasaan bebas dalam menuliskan pikiran/perasaan**

**Tabel 32**  
**Weblog memberikan informasi dan perasaan bebas dalam menuliskan pikiran/perasaan**



Dependent Variable: weblog memberikan informasi

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	6.444 <sup>a</sup>	3	2.148	5.971	.004
Intercept	88.495	1	88.495	245.964	.000
BMP	6.444	3	2.148	5.971	.004
Error	7.556	21	.360		
Total	210.000	25			
Corrected Total	14.000	24			

a. R Squared = .460 (Adjusted R Squared = .383)

Berdasarkan output “SPSS Statistics Viewer”, diketahui nilai  $f_{hitung}$  sebesar 1.863 lebih besar dari  $f_{tabel}$  sebesar 0.05. Dengan demikian, bila analisis data tersebut dirumuskan melalui hipotesis, maka didapat:

$$f_{hitung} : 5.971 \geq f_{tabel} : 0.05$$

Maka hipotesis nol ditolak. Kesimpulannya, terdapat hubungan yang signifikan antara weblog memberikan informasi dan perasaan bebas dalam menuliskan pikiran/perasaan.

#### IV.5 Uji Hipotesa

Dalam penelitian ini, rumus yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah rumus Spearman Rho Koefisien. Spearman Rho Koefisien adalah metode untuk menganalisis data dan untuk melihat hubungan antara variabel yang sebenarnya dengan skala ordinal.

Jika  $\rho < 0$ , maka hipotesis ditolak

Jika  $\rho > 0$ , maka hipotesis diterima

Selanjutnya untuk melihat tinggi rendahnya korelasi digunakan skala *Guilford*, yaitu sebagai berikut:

- Kurang dari 0.20 : hubungan rendah sekali
- 0.20 – 0.40 : hubungan rendah
- 0.41 – 0,70 : hubungan yang cukup berarti
- 0,71 – 0.90 : hubungan yang tinggi; kuat
- Lebih dari 0.90 : hubungan yang sangat tinggi; kuat sekali; dapat diandalkan.

**Tabel 33**  
**Koefisien Korelasi Spearman**

	x	y
Spearman 's rho	1.000	.320*
x Correlation Coefficient		.119
Sig. (2- tailed)		.25
N	25	25
y Correlation Coefficient	.320*	1.000
Sig. (2- tailed)	.119	
N	25	25

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

Interpretasi:

1. Pada hasil perhitungan koefisien korelasi dengan menggunakan Spearman Rho Koefiesien, terlihat angka .320 yang diartikan sebagai 0.320. Angka tersebut adalah angka koefisien korelasi. Diambil dua digit terakhir dibelakang koma menjadi 0.32. Angka tersebut menunjukkan hubungan yang rendah tetapi pasti karena terletak pada interval 0.20 – 0.39 pada skala Guilford. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan atau diuraikan bahwa terdapat hubungan yang rendah tetapi pasti antara weblog dan tingkat keterbukaan diri.

2. Signifikansi atau nilai penerimaan hasil korelasi Spearman dapat diuji dengan menyusun hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak ada hubungan antara dua variabel

$H_a$  : Terdapat hubungan antara dua variabel

Pengujian dilakukan dua sisi karena yang dicari adalah ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel.  $Rho > 0$  menunjukkan  $H_a$  diterima.

3. Dasar pengambilan keputusan signifikansi:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  , maka hubungannya signifikan

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  , maka hubungannya tidak signifikan

Keputusan pada baris baik pada sel kanan atas maupun sel kiri bawah (kedua sel isinya sama atau lurus dengan baris sig. (2-tailed), angka  $t_{tabel}$  adalah  $0.119 < t_{tabel}$  . Maka dapat diambil keputusan bahwa hubungan weblog dan tingkat keterbukaan diri pada mahasiswa FISIP USU adalah signifikan.

## BAB V

### PENUTUP

#### V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penyajian dan analisis data yang telah dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang dituntut dan telah dilaksanakan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Fasilitas dari sebuah *blog* yang paling menarik bagi mahasiswa FISIP USU adalah *Posting-an*. Karena dengan adanya fasilitas ini, memungkinkan mereka untuk menuliskan apa saja yang ada di pikiran mereka. Mereka bebas menentukan tema apa yang ingin ditulis tanpa harus ada larangan dan syarat-syarat tertentu. Selain itu fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh *bloghosting* dapat membuat mereka merasa terhibur salah satunya fasilitas Foto dan Gambar yang memungkinkan seseorang dapat memuat foto atau gambar baik untuk dipublikasikan agar dapat dilihat oleh orang lain, atau hanya disimpan saja untuk konsumsi pribadi. Meskipun begitu fasilitas-fasilitas lain juga tidak kalah menarik seperti template (*layout*) untuk mempercantik tampilan, kotak komentar (*comment box*) untuk memberi komentar kepada tulisan yang dipublikasikan serta pernik-pernik (aksesoris) *blog* seperti jam, *avatar*, atau kotak *chatting* (*Shoutbox*) untuk membuat *blog* lebih menarik tentunya.
2. Tingkat penggunaan *weblog* di kalangan mahasiswa FISIP USU masih rendah hal ini dapat dilihat dari durasi dan frekuensi penggunaan *weblog* yang masih sangat rendah (sedikit sekali). Jika dibandingkan dengan para *blogger* di pulau jawa yang menghabiskan waktunya sampai 7 jam setiap hari untuk melakukan aktivitas *ngeblog*, mahasiswa USU hanya 1-2 jam saja. Hal ini dapat disebabkan oleh banyak

- faktor salah satunya yaitu tidak adanya waktu untuk bermain di dunia maya sebab waktu yang ada dihabiskan di dunia nyata untuk kuliah dan aktivitas di kampus.
3. Terpaan teknologi pada mahasiswa FISIP USU ternyata masih sangat kecil hal ini dapat dilihat dari lamanya para mahasiswa mengenal *weblog* yang sebenarnya telah populer semenjak 3 tahun lalu. Selain itu tidak banyak dari responden yang benar-benar menjadikan *weblog* sebagai bagian dari gaya hidup mereka, hal ini menandakan tingkat ketergantungan mahasiswa terhadap teknologi khususnya teknologi maya masih kecil.
  4. Terdapat hubungan/korelasi antara *weblog* dan keterbukaan diri di kalangan mahasiswa FISIP USU. Dari hasil uji hipotesa maka terdapat hubungan yang signifikan antara *weblog* dan keterbukaan diri

## V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah peneliti peroleh selama melakukan penelitian, maka peneliti mengajukan sejumlah saran sebagai berikut :

1. Fasilitas *weblog* di internet kini disadari bukan hanya sebagai *diary online* tetapi juga sebuah media baru dalam jurnalistik. Untuk itu hendaknya mahasiswa FISIP USU benar-benar dapat mengenal dan memanfaatkannya, sebab banyak sekali manfaat yang dapat diberikan jika mahasiswa dapat memanfaatkan *weblog* semaksimal mungkin sehingga tidak menutup kemungkinan nantinya *weblog* dapat menghasilkan uang dan pekerjaan bagi para mahasiswa.
2. Mahasiswa FISIP USU yang merupakan seorang *blogger* (pemilik *blog*) hendaknya dapat membuat tulisan-tulisan positif yang dapat membangun serta menambah

wawasan *blogger* lain yang membaca, bukan hanya sekedar curahan hati atau pelampiasan emosi saja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Ali S.T., 2005. *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web*. Bandung: Penerbit M2S.
- Ardianto, E dan Komala, L. 2003. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* . Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Athari, N. S. 2004. *Internet Addiction Disorder: Pengaruhnya terhadap Kehidupan Akademik, Sosial dan Keuangan, serta Karakteristik Khalayak Mahasiswa yang Mengalaminya. Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi*. Vol (3) . Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
- Bulaeng, Andi. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Yogyakarta.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- \_\_\_\_\_,2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Devito, Joseph A, 1997, *Human Communication*, Jakarta, Profesional Books.
- Effendi, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu , Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- \_\_\_\_\_, 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_, 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Febrian, Jack.,2005. *Menggunakan Internet*. Bandung: Teknik Informatika Press.
- Griffin, EM. 2003. *A First Look at Communication Theory*, 5th Edition. USA: McGraw-Hill
- Wenny Suma : Weblog Dan Tingkat Keterbukaan Diri (Studi Korelasional Tentang Fasilitas Weblog di Internet Terhadap Tingkat Keterbukaan Diri Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara), 2010.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Liliweri, Alo. 1991. *Komunikasi Antar Pribadi*. Bandung : Citra Aditya.

Lubis, Suwardi. 1997. *Teknologi Komunikasi dan Pembangunan*. Medan: USU Perss.

Nasution, Zulkarimein. 1990. *Teknologi Komunikasi dalam Perspektif: Latar Belakang dan Perkembangannya*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Nawawi, Hadari. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.

Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Malang : Cespur press.

Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: P.T. Remaja Rosdakarya.

\_\_\_\_\_.2004. *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Rifai, Bakhtiar. 2007. *Mengenal dan Mempercantik Weblog*. Jakarta: CV. Yrama Widya.

Rouf, Irwan. 2005. *Panduan Praktis Mengelola Blog*. Jakarta: Media Kita

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi., 2006. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.

Severin, W.J dan Tankard, J.W., 2007. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.

Tharom, T, Dinata, Mm dan Xerandy. 2006. *Mengenal Teknologi Informasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Vardiansyah, D. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Widjaya, H. 2000, *Ilmu Komunikasi: Pengantar Studi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

### **Majalah dan Koran**

Majalah Dictum, *Edisi Weblog The Media Is You*, Volume 1, No 3, Desember 2007, Pusat Kajian Media dan Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, FISIP USU, Medan.

Majalah Komputer Aktif, *Edisi Dear My Blog*. 7 April 2004, PT Prima Media Pustaka, Jakarta.

Wenny Suma : *Weblog Dan Tingkat Keterbukaan Diri (Studi Korelasional Tentang Fasilitas Weblog di Internet Terhadap Tingkat Keterbukaan Diri Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara)*, 2010.

Harian Kompas, Edisi Jumat, 2 November 2007.

## Internet

<http://www.e-smartschool.com/PNK/001/PNK0010002.asp>

<http://www.mybloglog.com/buzz/community/berlizon>

<http://nuriest.blogdrive.com/archive/10.html>

<http://blog.kenz.or.id/2007/12/17/httpihateindonblogspotcom-tetap-berjaya.html>

<http://www.duniacyber.com/internetbasic>

## KUESIONER

### **WEBLOG DAN TINGKAT KETERBUKAAN DIRI**

#### **(Studi Korelasional Tentang Fasilitas Weblog di Internet Terhadap Tingkat Keterbukaan Diri Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara)**

Petunjuk Pengisian Kuesoner

1. Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dan seluruh kemungkinan jawabannya.
2. **Lingkari** dan berikan **tanda silang (x)** pada jawaban yang paling sesuai menurut Anda.
3. Kotak kode yang berada di sebelah kanan pertanyaan, mohon supaya **tidak diisi**.
4. Peneliti sangat mengharapkan semua pertanyaan dijawab dan **tidak ada yang dilewatkan**, karena setiap pertanyaan saling berhubungan.
5. Terima kasih atas kerja samanya.

#### **1. Karakteristik Responden**

- |                                     | No Responden             |
|-------------------------------------|--------------------------|
|                                     | <input type="checkbox"/> |
|                                     | 1                        |
| 1. Usia (US):                       | <input type="checkbox"/> |
| 1. 19 tahun                         |                          |
| 2. 20 tahun                         | 2                        |
| 2. Angkatan (AN) :                  | <input type="checkbox"/> |
| 1. 2007                             |                          |
| 2. 2008                             | 3                        |
| 3. Jenis Kelamin (JK):              | <input type="checkbox"/> |
| 1. Laki-laki                        |                          |
| 2. Perempuan                        | 4                        |
| 4. Jumlah Uang Saku Perbulan (JUS): | <input type="checkbox"/> |
| 1. < Rp.200.000                     |                          |
| 2. Rp 200.000 – Rp 400.000          |                          |
| 3. > Rp 400.000                     | 5                        |

#### **2. Weblog**

5. Dari manakah pertama kali Anda mengenal *weblog* (PMW)?



1. Hasil Pencarian di *search engine*
  2. Berita di Internet/Majalah/Surat Kabar
  3. Obrolan di *chat room*/forum diskusi di Internet
  4. Teman
- 6
6. Dimanakah biasanya Anda mengakses fasilitas *weblog* (MFW)?
1. Komputer Pribadi
  2. Warung Internet
  3. Perpustakaan Kampus
  4. Ponsel ( Fasilitas Internet di Ponsel)
- 7
7. Dari manakah pertama kali Anda mengetahui cara menggunakan *weblog* (MMW)?
1. Internet/Majalah/Surat kabar
  2. Buku Panduan
  3. Teman
  4. Otodidak (dengan cara mencoba-coba sendiri)
- 8
8. Sudah berapa lama Anda menjadi seorang *blogger* (pemilik *weblog*) (MSB)?
1. < 1 tahun (Baru Saja)
  2. 1-2 tahun (Belum Lama)
  3. 2-3 tahun (Sudah lama)
  4. > 3 tahun (Sudah sangat lama)
- 9
9. Berapa kali Anda *ngeblog* dalam seminggu (NDS)?
1. 1-2 kali (Kurang sekali)
  2. 3-4 kali (Jarang)
  3. 4-5 kali (Sering)
  4. 6-7 kali (Sangat sering)
- 10
10. Berapa banyak waktu yang Anda habiskan setiap kali *ngeblog* (HSN)?
1. < 1 jam (Sedikit)
  2. 1-2 jam (Kurang banyak)
  3. 2-3 jam (Banyak)
  4. > 3 jam (Sangat banyak)
- 11
11. Tema Apa yang sering Anda tulis dalam *weblog* pribadi Anda (TWP)?
1. Diary/Curhat
  2. Jurnal Perjalanan/Kegiatan Anda
  3. Minat/Hobi
  4. Lainnya
- 12
12. Apakah benar Anda menggunakan *weblog* untuk mendapatkan hiburan (MWH)?
1. Tidak benar
  2. Kurang benar
  3. Benar
  4. Sangat benar
- 13
13. Apakah Anda selalu mengontrol *weblog* yang Anda miliki sampai saat ini (MWS)?
1. Tidak pernah
-

- 2. Jarang
  - 3. Sering
  - 4. Sangat sering
14. Benarkah fasilitas *weblog* di internet dapat memberikan informasi yang Anda butuhkan (FWT)?
- 1. Tidak dapat
  - 2. Kurang dapat
  - 3. Dapat
  - 4. Sangat dapat

14

15

### 3. Tingkat Keterbukaan diri

15. Apakah Anda merasa bebas untuk menuliskan perasaan atau pikiran Anda dalam sebuah *weblog* (BMP)?
- 1. Tidak bebas
  - 2. Kurang bebas
  - 3. Bebas
  - 4. Sangat bebas
16. Apakah Anda selalu mempublikasikan tulisan Anda kepada orang lain (MTA)?
- 1. Tidak pernah
  - 2. Jarang
  - 3. Sering
  - 4. Sangat sering
17. Apakah benar Anda menggunakan *link* (pertautan) yang ada dalam *blog* pribadi Anda untuk berkomunikasi dengan *blogger* lain (LBB)?
- a. Tidak benar
  - b. Kurang benar
  - c. Benar
  - d. Sangat benar
18. Apakah *blogger* lain sering mengomentari tulisan Anda (BSM)?
- 1. Tidak pernah
  - 2. Jarang
  - 3. Sering
  - 4. Sangat sering
19. Apakah Anda sering memberikan komentar balasan kepada *blogger* lain yang mengomentari tulisan Anda (MKB)?
- 1. Tidak pernah
  - 2. Jarang
  - 3. Sering
  - 4. Sangat sering

16

17

18

19

20

20. Menurut Anda apakah komunikasi yang anda lakukan di dunia maya melalui fasilitas *weblog* berhubungan dengan komunikasi yang Anda lakukan di dunia nyata (KFW)?
1. Tidak berhubungan
  2. Kurang berhubungan
  3. Berhubungan
  4. Sangat berhubungan
- 21
21. Setujukah Anda dengan munculnya komunitas–komunitas maya (dalam hal ini komunitas sebuah *blog hosting*) yang kemudian mengadakan pertemuan atau lebih dikenal dengan istilah Kopi darat di dunia nyata (MKK)?
1. Tidak setuju
  2. Kurang setuju
  3. Setuju
  4. Sangat setuju
- 22
22. Apakah Anda mengenal semua teman dalam *link* anda secara nyata (MTL)?
1. Tidak kenal sama sekali
  2. Sebagian kecil
  3. Sebagian besar
  4. Semua kenal
- 23
23. Apakah benar tindakan *ngeblog* melatih perilaku afiliasi dalam interaksi sosial (mengetahui dan menjalin hubungan dengan orang lain) (TNA) ?
1. Tidak benar
  2. Kurang benar
  3. Benar
  4. Sangat benar
- 24
24. Menurut Anda apakah fasilitas *weblog* berpengaruh terhadap tingkat keterbukaan diri Anda (FWK)?
1. Tidak berpengaruh
  2. Kurang berpengaruh
  3. Berpengaruh
  4. Sangat berpengaruh
- 25

-- SEKIAN & TERIMAKASIH--

