

Pengaruh Persepsi Atas Media Sosial Dan Kemampuan Bersosialisasi Terhadap Perilaku Sosial Pada SMA Negeri Di Kabupaten Karawang

Ray Al Sayyid Al Hakim¹⁾, Soeparlan Kasyadi²⁾, Heru Suparman³⁾
^{1,2,3}Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

ABSTRACT

The aim of this research is to find out: 1). The influence of perceptions of social media on social behavior in public high schools in Karawang Regency. 2). The influence of social skills on social behavior in Public High Schools in Karawang Regency. 3). The influence of perceptions of social media on social skills in Karawang Regency Public High Schools. 4). The influence of perceptions of social media and sociability together on social behavior. Based on the results of the hypothesis and data analysis, it is concluded as follows: 1). There is a significant influence of perceptions of social media on social behavior. This is proven by $t_{count} = 89.521$. 2). There is a significant influence of sociability on social behavior. This is proven by $t_{count} = 97.603$. 3). There is a significant influence of perceptions of social media on social skills. This is proven by $t_{count} 12.184$. 4). There is a significant influence of perceptions of social media and social skills together on social behavior. This is proven by $t_{count} 7.45 > t_{table} 1.684$.

Keywords: Social media; socialize; social behavior

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui : 1). Pengaruh persepsi atas media sosial terhadap perilaku sosial di SMA Negeri di Kabupaten Karawang. 2). Pengaruh kemampuan bersosialisasi terhadap perilaku sosial di SMA Negeri Kabupaten Karawang. 3). Pengaruh persepsi atas media sosial terhadap kemampuan bersosialisasi di SMA Negeri Kabupaten Karawang. 4). Pengaruh persepsi atas media sosial dan kemampuan bersosialisasi secara bersama-sama terhadap perilaku sosial. Berdasarkan hasil hipotesis dan analisa data disimpulkan sebagai berikut : 1). Terdapat pengaruh yang signifikan persepsi atas media sosial terhadap perilaku sosial. Hal ini dibuktikan $t_{hitung} = 89,521$. 2). Terdapat pengaruh yang signifikan kemampuan bersosialisasi terhadap perilaku sosial. Hal ini dibuktikan $t_{hitung} = 97,603$. 3). Terdapat pengaruh yang signifikan persepsi atas media sosial terhadap kemampuan bersosialisasi. Hal ini dibuktikan $t_{hitung} 12,184$. 4). Terdapat pengaruh yang signifikan persepsi atas media sosial dan kemampuan bersosialisasi secara bersama-sama terhadap perilaku sosial. Hal ini dibuktikan $t_{hitung} 7,45 > t_{tabel} 1,684$.

Kata Kunci: Media sosial; bersosialisasi; perilaku sosial

Penulis Korespondensi: (1) Ray Al Sayyid Al Hakim, (2) Universitas Indraprasta PGRI, (3) Jl. Nangka No. 58 C, Tanjung Barat, Kec. Jagakarsa, Jakarta Selatan, Indonesia, (4) Email: rayalsayyid10@gmail.com

Copyright © 2024. The Author(s). Published by Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia. This is an open access article licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi sangat pesat di era globalisasi ini, mencakup berbagai bidang seperti transportasi, pendidikan, kesehatan dan gaya hidup serta komunikasi yang mengakibatkan munculnya perubahan sosial budaya baru didalam masyarakat. Teknologi lahir dari pemikiran manusia, bertujuan untuk memenuhi dan mempermudah segala kebutuhan manusia.

Teknologi handphone berevolusi sangat cepat hingga memunculkan inovasi-inovasi baru baik dalam tampilan maupun kegunaan. Perluasan platform media sosial cukup konsisten selama beberapa tahun terakhir. Ketika datang ke jejaring sosial pada tahun 2002, Friendster adalah rajanya. Namun, sekarang telah muncul berbagai platform sosial media dengan keunikan dan ciri khasnya sendiri (Cahyono, 2020). Salah satu jenis media internet yang memiliki basis pengguna global yang sangat besar adalah media sosial. Kebanyakan orang menggunakan media sosial untuk berbicara satu sama lain dan berbagi konten. Berkomunikasi dengan orang lain adalah aplikasi umum lainnya dari media sosial. Ini karena media sosial selalu dalam jangkauan (Azhari Harahap et al., 2020).

Munculnya media sosial merupakan hal yang diciptakan untuk memudahkan kebutuhan manusia. Manusia dari seluruh dunia sekarang dapat berkomunikasi satu sama lain dalam waktu yang tak terbatas berkat media sosial dan waktu kapan saja tanpa perlu bertemu langsung. Bahkan didalam media sosialpun, manusia bisa berbagi informasi tidak terbatas yang bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. (Chris Brogan, 2010, dalam Liedfray et al., 2022) Salah satu bidang TI yang berkembang pesat adalah media sosial, yang menyediakan platform bagi komunitas online untuk terhubung satu sama lain dan berbagi informasi dan ide.

Pesatnya perkembangan media sosial sangat mempengaruhi perubahan perilaku terutama pada siswa. Menurut Weber (dalam Syam, 2012 : 69), manusia melakukan suatu tindakan dengan tujuan semata-mata untuk mencapai keinginan seseorang, karakteristik perilaku manusia merupakan kegiatan yang ia lakukan sehari-hari. Perilaku sosial seseorang dapat digambarkan sebagai gaya unik mereka dalam bereaksi terhadap orang lain. Mengenai perilaku dalam situasi Interaksionisme simbolik menyatakan bahwa orang dapat memperoleh pengetahuan melalui paparan sekitar serta aktifitas sehari-hari dalam pembentukan perilaku sosial (Qomaroh & Jacky, 2020:3). Media sosial memiliki peran dalam pembentukan perilaku siswa, digunakan setiap hari dengan informasi tidak terbatas tanpa di filter sesuai kebutuhan. Penggunaan negatif yang memengaruhi perilaku siswa dapat membuatnya berbahaya.

Bersosialisasi merupakan salah satu pembentukan perilaku murid, Tidak mengenalnya lingkungan sosial, tempat aktivitas sehari-hari atau pengaruh buruk dari agen sosialisasi menyebabkan siswa tidak mengetahui mana perilaku yang benar dan salah yang ia dilakukan sebagai bagian masyarakat. Menurut Soerjono Soekanto (dalam Irwan & Dkk, 2021 : 117), Orang belajar untuk menyesuaikan perilaku mereka dengan masyarakat secara keseluruhan melalui sosialisasi, yang melibatkan interaksi dengan orang lain dan membentuk sikap.

Media sosial dan bersosialisasi memiliki hubungan dan kesamaan yaitu interaksi dan informasi yang terjadi di dunia maya sedangkan bersosialisasi merupakan interaksi dan informasi yang didapatkan secara bertemu langsung. Walaupun memiliki karakteristik yang sama namun keduanya memiliki dampak yang berbeda dalam pembentukan perilaku siswa. Siswa yang sering menggunakan media sosial tanpa memiliki sosialisasi yang positif, akan membentuk perilaku siswa yang salah didalam masyarakat. Hal tersebut diakibatkan informasi yang tidak terbatas tanpa penyaringan dan tanpa mengetahui apakah hal tersebut benar atau salah ataupun apakah sesuai dengan nilai, norma dan kebudayaan perilaku di masyarakat. Dengan hal tersebut, akan membentuk perilaku siswa yang tidak sesuai dengan masyarakat yang bisa berakibat pada pelanggaran adab ataupun norma. Dan persepsi merupakan penafsiran terstruktur berlawanan dengan rangsangan yang berpotensi memengaruhi perilaku dan sikap. (Salah, 2018 : 79). Menurut

Bimo Walgito (dalam Jafar, 2019 : 21) Mempersepsikan sesuatu berarti mengatur dan menafsirkannya sedemikian rupa sehingga menjadi bagian integral dari diri sendiri. Persepsi erat kaitannya dengan nilai-nilai tersebut karena adanya pengaruh sosial dan budaya terhadapnya. (Alizamar, 2016 : 18).

Dari hubungan media sosial dan bersosialisasi tersebut, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian untuk mengukur sejauh apa pengaruh dalam pembentukan perilaku siswa. Penulis akan mengambil judul "Pengaruh Persepsi Atas Media Sosial dan Kemampuan Bersosialisasi terhadap Perilaku Sosial" Survei pada Sekolah Menengah Atas Negeri di Kabupaten Karawang.

METODE

Survei korelasional adalah salah satu jenis studi yang berupaya membangun hubungan antara banyak variabel atau, sebagai alternatif, memperkirakan kekuatan hubungan tersebut untuk meramalkan hasil di masa depan (Hartono, 2019 : 81). Meskipun penelitian survei sering digunakan untuk mendapatkan kesimpulan yang luas dari pengamatan yang terbatas, penelitian ini dapat memberikan hasil yang lebih tepat jika sampel yang representatif digunakan.

Penelitian ini berupaya memberikan penjelasan yang komprehensif dan mendalam tentang bagaimana perilaku sosial siswa dipengaruhi oleh penggunaan media sosial dan kurangnya interaksi tatap muka. Penelitian ini merupakan contoh penelitian kuantitatif yang berupaya menguji hipotesis dengan mengumpulkan data numerik dan menganalisisnya secara statistik.

Agar temuan dapat mengatasi masalah penelitian, studi yang dirancang dengan baik harus mempertimbangkan saling ketergantungan di antara semua faktor yang relevan. Dimulai dengan perumusan hipotesis dan konsekuensinya dan dilanjutkan melalui operasionalisasi dan analisis akhirnya, rencana ini menjabarkan prosedur yang akan diikuti oleh peneliti. (Abdullah, 2015).

Populasi adalah seluruh subjek yang diteliti dan sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diteliti. Menurut Djarwanto (dalam Sahir, 2021 : 34), populasi adalah keseluruhan skor dari individu yang karakteristiknya ingin diteliti, di mana satuan-satuan tersebut disebut unit analisis dan bisa berupa orang-orang, institusi-institusi, atau benda-benda. Populasi dalam penelitian ini yaitu 780 peserta didik. Agar ada sampel, harus ada populasi. Sampel yang representatif menangkap esensi populasi dalam segala keragamannya. Karena temuan dan kesimpulan penelitian bergantung pada sampel yang digunakan, pemilihan sampel yang tepat merupakan tahap penting dalam proses penelitian. (Hikmawati, 2020 : 60). Dan sampel yang dihitung sebesar 42.

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan angket dan kuesioner yang mengirimkan serangkaian pertanyaan kepada orang-orang untuk mengumpulkan informasi mereka dikenal sebagai kuesioner diisi (Priadana & Sunarsi, 2021 : 192). Angket dipresentasikan dalam penelitian ini dan diberikan kepada setiap siswa di kelas SMAN 1 Karawang dan SMAN 4 Karawang. Dan menggunakan Metode dokumentasi adalah metode untuk mengumpulkan informasi tentang karya tulis, foto, atau karya seni orang lain. Sebagai bagian dari penyelidikan ini, catatan disiapkan oleh teori-teori tentang penelitian dan data pelanggaran siswa.

Menggunakan kalibrasi instrumen dengan validalitas butir merujuk pada sejauh mana pengukuran yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan apa yang perlu dievaluasi. Metode empiris yang menekankan pada pembuktian, ketidakberpihakan, kebenaran, penalaran, fakta, dan data numerik adalah inti dari validitas, terutama dalam penelitian kuantitatif. (Budiastuti & Bandur, 2018 : 146). Dan reliabilitas merujuk pada konsistensi

serangkaian pengukuran atau alat ukur saat digunakan secara berulang. Reliabilitas tes menunjukkan sejauh mana keandalan hasil pengujian dipertahankan bila diberikan dalam berbagai pengaturan. (Widodo et al., 2023 : 60)

Sebuah survei menggunakan pendekatan teknik kuantitatif digunakan sebagai desain untuk penyelidikan ini. Segala sesuatu yang telah diputuskan untuk dipelajari oleh peneliti untuk menarik kesimpulan dan informasi disebut variabel penelitian. Variabel seseorang atau benda adalah fitur yang mengungkapkan rentang nilai atau situasi yang dimilikinya. Salah satu jenis variabel adalah variabel dependen, dan yang lainnya adalah variabel bebas. Jika satu variabel berubah atau muncul karena variabel lain, kita katakan bahwa kedua variabel tersebut independen dan dependen. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen. Penelitian ini akan mengkaji tiga variabel yaitu perilaku sosial siswa (X_3), penggunaan media sosialnya (X_1), dan sosialisasinya (X_2).

Orang atau kelompok yang diteliti dikenal sebagai "subjek" penelitian, dan data yang dikumpulkan dikenal sebagai "objek" penelitian. Siswa kelas X dari SMAN 1 dan SMAN 4 di Karawang menjadi fokus penelitian ini. Perilaku sosial mahasiswa, aktivitas online, dan konsumsi media menjadi fokus penelitian ini.

HASIL

Deskripsi Data Variabel Media Sosial (X_1)

Diperoleh data skor rata-rata media sosial dari 42 responden sebesar 57.50, nilai median sebesar 58.50 dan modusnya sebesar 44. Adapun skor range sebesar 46, dengan keragaman datanya ditunjukkan dengan adanya nilai variasi sebesar 155.768 dan nilai standar deviasinya sebesar 12.481 serta jumlah/sum sebesar 2415.

Tabel 1. Deskripsi Data Variabel Media Sosial

No	Ukuran Deskriptif	Nilai
1	Valid	42
2	Missing	0
3	Mean	57.50
4	Median	58.50
5	Mode	44
6	Range	46
7	Variance	155.768
8	Std. Deviation	12.481
9	Sum	2415

Deskripsi Data Variabel Bersosialisasi (X_2)

Diperoleh data skor rata-rata bersosialisasi dari 42 responden sebesar 58.93, nilai median sebesar 60.50 dan modusnya sebesar 61. Adapun skor range sebesar 47, dengan keragaman datanya ditunjukkan dengan adanya nilai variasi sebesar 155.336 dan nilai standar deviasinya sebesar 12.463 serta jumlah/sum sebesar 2475.

Tabel 2. Deskripsi Data Variabel Bersosialisasi

No	Ukuran Deskriptif	Nilai
1	Valid	42

2	Missing	0
3	Mean	58.93
4	Median	60.50
5	Mode	61
6	Range	47
7	Variance	155.336
8	Std. Deviation	12.463
9	Sum	2475

Deskripsi Data Variabel Perilaku Sosial (X₃)

Diperoleh data skor rata-rata perilaku sosial dari 42 responden sebesar 112.19, nilai median sebesar 111.50 dan modusnya sebesar 105. Adapun skor range sebesar 91, dengan keragaman datanya ditunjukkan dengan adanya nilai variasi sebesar 570.499 dan nilai standar deviasinya sebesar 23.885 serta jumlah/sum sebesar 4712.

Tabel 3. Deskripsi Data Variabel Media Sosial

No	Ukuran Deskriptif	Nilai
1	Valid	42
2	Missing	0
3	Mean	58.93
4	Median	60.50
5	Mode	61
6	Range	47
7	Variance	155.336
8	Std. Deviation	12.463
9	Sum	2475

Analisis Persyaratan Data

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Media Sosial	Bersosialisasi	Perilaku Sosial
N		42	42	42
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	57.50	58.93	112.19
	Std. Deviation	12.481	12.463	23.885
Most Extreme Differences	Absolute	.080	.066	.058
	Positive	.080	.053	.058
	Negative	-.062	-.066	-.058
Test Statistic		.080	.066	.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil pengujian dari nilai Kolmogorov-Smirnov dan nilai *Asymp Sig.* yang terlihat pada adalah sebagai berikut :

- Data media sosial (X₁) berdistribusi normal karena *asymp Sig.* (0,200) > 0,05 dengan nilai Kolmogorov = 0,80

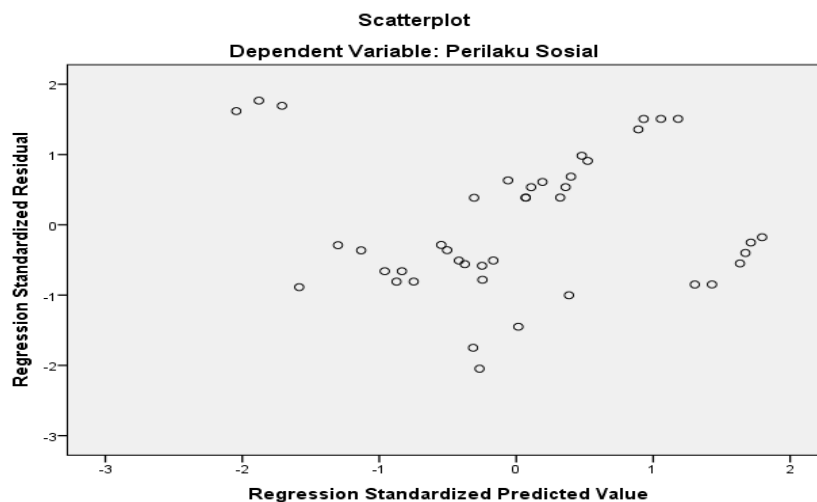
- Data bersosialisasi (X_2) berdistribusi normal karena *asympt Sig.* (0,200) > 0,05 dengan nilai Kolmogorov = 0,66
- Data perilaku sosial (X_3) berdistribusi normal karena *asympt Sig.* (0,200) > 0,05 dengan nilai Kolmogorov = 0,58

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.612	.297		-8.788	.000					
	Media Sosial	.942	.011	.492	89.521	.000	.969	.998	.227	.212	4.711
	Bersosialisasi	1.029	.011	.537	97.603	.000	.974	.998	.247	.212	4.711

a. Dependent Variable: Perilaku Sosial

Hasil uji multikolinearitas di atas diketahui bahwa hasil nilai *Tolerance* (TOL) = 0,212 > 0,1 dan nilai VIF = 4,711 < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel media sosial dan bersosialisasi pada analisis regresi ini.



Gambar 1. Diagram Pencar ZRESID (Y) dan ZPRED (X)

Berdasarkan gambar di atas tidak terlihat pola yang sistematis, karena titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi tersebut, sehingga asumsi data homogen dapat dipenuhi dan dapat dipakai untuk memprediksi variabel media sosial dan bersosialisasi.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Galat
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		42
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.00420020
Most Extreme Differences	Absolute	.134

	Positive	.111
	Negative	-.134
Test Statistic		.134
Asymp. Sig. (2-tailed)		.056 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Kriteria pada uji normalitas galat adalah bahwa data dikatakan normal apabila nilai *asympt Sig.* > 0,05. Pada tabel 4.10 di bawah ini nilai *asympt Sig.* (0,056) > 0,05 dengan nilai Z (Kolmogorov-Smirnov) = 0,134. Hal tersebut berarti H_0 diterima, maka data berdistribusi normal.

Tabel 7. Hasil Uji Linearitas Regresi Variabel Media Sosial (X_1) Terhadap Variabel Perilaku Sosial (X_3)
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Sosial Media Sosial	*Between Groups	(Combined)	22822.976	29	786.999	16.641	.000
		Linearity	21954.009	1	21954.009	464.226	.000
		Deviation from Linearity	868.967	28	31.035	.656	.826
		Within Groups	567.500	12	47.292		
		Total	23390.476	41			

Berdasarkan tabel 7. di atas nilai *Deviation From Linearity* menunjukkan hubungan media sosial dengan perilaku sosial memiliki nilai Sig. 0,826 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linear atau dengan kata lain garis regresi pengaruh media sosial terhadap perilaku sosial bersifat linear.

Tabel 8. Hasil Uji Linearitas Regresi Variabel Bersosialisasi (X_2) Terhadap Variabel Perilaku Sosial (X_3)
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Sosial Bersosialisasi	*Between Groups	(Combined)	23385.976	39	599.640	266.507	.004
		Linearity	22173.065	1	22173.065	9854.696	.000
		Deviation from Linearity	1212.911	38	31.919	14.186	.068
		Within Groups	4.500	2	2.250		
		Total	23390.476	41			

Berdasarkan tabel di atas nilai *Deviation From Linearity* menunjukkan hubungan bersosialisasi dengan perilaku sosial memiliki nilai Sig. 0,068 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linear atau dengan kata lain garis regresi pengaruh kemampuan bersosialisasi terhadap perilaku sosial bersifat linear.

Tabel 9. Hasil Uji Linearitas Regresi Variabel Media Sosial (X_1) Terhadap Variabel Bersosialisasi (X_2)

ANOVA Table						
			Sum of Squares	df	Mean Square	F Sig.
Media Sosial Bersosialisasi	*Between Groups	(Combined)	6374.000	39	163.436	26.150 .037
		Linearity	5026.216	1	5026.216	804.195 .001
		Deviation from Linearity	1347.784	38	35.468	5.675 .161
	Within Groups		12.500	2	6.250	
	Total		6386.500	41		

Berdasarkan tabel di atas nilai *Deviation From Linearity* menunjukkan hubungan media sosial dengan kemampuan bersosialisasi nilai Sig. 0,161 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linear atau dengan kata lain garis regresi pengaruh media sosial terhadap bersosialisasi bersifat linear.

Pengujian Hipotesis

Proses pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis jalur, yaitu dengan mencari koefisien pengaruh antar variabel yang satu terhadap variabel lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Proses perhitungan ini dilakukan dengan bantuan SPSS 22.0. Data hasil penelitian variabel media sosial, variabel bersosialisasi, dan variabel perilaku sosial dikonversi dengan SPSS 22.0 dari data mentah ke data baku, lalu dilakukan pengolahan untuk mencari nilai koefisien korelasi.

Pengujian Hipotesis 1

$H_0 : P_{31} = 0$ Tidak terdapat pengaruh langsung persepsi atas media sosial terhadap perilaku sosial
 $H_1 : P_{31} \neq 0$ Terdapat pengaruh langsung persepsi atas media sosial terhadap perilaku sosial

Kriteria pengujian :

Terima H_0 dan tolak H_1 jika *thitung* < *ttabel*

Tolak H_0 dan terima H_1 jika *thitung* > *ttabel*

Koefisien korelasi X_1 dan X_3 adalah 0,969 dan koefisien pengaruh (P_{31}) sebesar 0,492. Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh nilai Sig. 0,000 < 0,05 dan *thitung* = 89,521 sehingga dapat disimpulkan tolak H_0 atau terima H_1 . Dengan kata lain jalur dari X_1 ke X_3 signifikan yang berarti terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara media sosial terhadap perilaku sosial. Adapun besarnya pengaruh langsung variabel media sosial terhadap perilaku sosial sebesar = $(\text{Beta})^2 \times 100\% = (0,492)^2 \times 100\% = 24,20\%$

Pengujian Hipotesis 2

$H_0 : P_{32} = 0$ Tidak terdapat pengaruh langsung kemampuan bersosialisasi terhadap perilaku sosial
 $H_1 : P_{32} \neq 0$ Terdapat pengaruh langsung kemampuan bersosialisasi terhadap perilaku sosial

Kriteria pengujian :

Terima H_0 dan tolak H_1 jika $thitung < ttabel$
 Tolak H_0 dan terima H_1 jika $thitung > ttabel$

Koefisien korelasi X_2 dan X_3 adalah 0,974 dan koefisien pengaruh (P_{32}) sebesar 0,537. Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan $thitung = 97,603$ sehingga dapat disimpulkan tolak H_0 atau terima H_1 . Dengan kata lain jalur dari X_2 ke X_3 signifikan yang berarti terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara kemampuan bersosialisasi terhadap perilaku sosial. Adapun besarnya pengaruh langsung variabel bersosialisasi terhadap perilaku sosial sebesar $= (Beta)^2 \times 100\% = (0,537)^2 \times 100\% = 28,83\%$

Pengujian Hipotesis 3

$H_0 : P_{21} = 0$ Tidak terdapat pengaruh langsung persepsi atas media sosial terhadap kemampuan bersosialisasi

$H_1 : P_{21} \neq 0$ Terdapat pengaruh langsung persepsi atas media sosial terhadap kemampuan bersosialisasi

Kriteria pengujian :

Terima H_0 dan tolak H_1 jika $thitung < ttabel$
 Tolak H_0 dan terima H_1 jika $thitung > ttabel$

Koefisien korelasi X_1 dan X_2 adalah 0,888 dan koefisien pengaruh (P_{21}) sebesar 0,888. Hasil pengujian dengan SPSS di atas diperoleh nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan $thitung = 12,184$ sehingga dapat disimpulkan tolak H_0 atau terima H_1 . Dengan kata lain jalur dari X_1 ke X_2 signifikan yang berarti terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara media sosial terhadap bersosialisasi. Adapun besarnya pengaruh langsung variabel media sosial terhadap kemampuan bersosialisasi sebesar $= (Beta)^2 \times 100\% = (0,888)^2 \times 100\% = 78,84\%$

Pengujian Hipotesis 4

$H_0 : P_{31} \cdot P_{21} < 0,05$ Tidak terdapat pengaruh tidak langsung persepsi atas media sosial dan kemampuan bersosialisasi secara bersama-sama terhadap perilaku sosial

$H_0 : P_{31} \cdot P_{21} > 0,05$ Terdapat pengaruh tidak langsung persepsi atas media sosial dan kemampuan bersosialisasi secara bersama-sama terhadap perilaku sosial

Kriteria pengujian :

Terima H_0 dan tolak H_1 jika $P_{31} \cdot P_{21} < 0,05$
 Tolak H_0 dan terima H_1 jika $P_{31} \cdot P_{21} > 0,05$

Besarnya koefisien pengaruh (P_{31}) adalah 0,492 dan koefisien pengaruh (P_{21}) adalah 0,888. Sehingga $P_{31} \times P_{21} = 0,4369 > 0,05$ dan nilai $thitung (7,45) > ttabel (1,684)$ maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh tidak langsung sebesar $(P_{321})^2 \times 100\% = (0,477)^2 \times 100\% = 22,75\%$.

DISKUSI

Pembahasan Hipotesis 1

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara media sosial terhadap perilaku sosial. Menurut Peterson (dalam Dayakisni & Hudainah, 2012 : 161), Kita mendapatkan pemahaman dan toleransi yang lebih baik terhadap adat istiadat masyarakat seiring bertambahnya usia. Temuan penelitian ini dapat diartikan bahwa semakin

bertambahnya waktu penggunaan dan aplikasi media sosial yang beragam maka akan berdampak pada perubahan perilaku siswa. Siswa yang menghabiskan waktunya dengan media sosial, tidak akan mengetahui nilai dan sosial budaya perilaku di masyarakat, maka akan mengalami perubahan perilaku sosialnya berdasarkan informasi-informasi dari media sosial yang sudah terkontaminasi pada budaya barat maupun hal-hal tidak beretika yang dianggap gaul atau modern.

Gohar F. Khan dalam bukunya *Social Media for Government* (Meiningsih, 2018 : 4), menyatakan bahwa secara sederhana, media sosial adalah sebuah platform berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) dalam konteks yang beragam (Informatif, Edukatif, Sindiran, Kritik dan sebagainya) kepada khalayak yang lebih banyak lagi. Oleh karena itu, media sosial mempunyai efek berantai sehingga proses transmisi yang terjadi tidak berhenti pada satu audiens pokok saja (multiplier effect).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memberikan pengaruh langsung sebesar 24,20% terhadap perilaku sosial. Dengan demikian, dapat dimengerti jika media sosial hanya memberikan pengaruh langsung yang tidak besar terhadap perilaku sosial, karena masih terdapat banyak hal atau faktor yang dapat mempengaruhi perilaku sosial.

Meskipun pengaruhnya tidak terlalu besar akan tetapi perkembangan media sosial semakin tumbuh dengan beriringannya teknologi modernisasi. Masyarakat generasi yang akan datang, akan diperkenalkan dengan buah teknologi yang mempermudah aktivitas maupun informasi-informasi sebebasnya tanpa pembatas. Ditakutkan akan memunculkan asimilasi dalam perilaku yang buruk pada generasi mendatang karena hilangnya nilai perilaku sosial budaya masyarakat karena terlalu sering menggunakan media sosial.

Pembahasan Hipotesis 2

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara bersosialisasi terhadap perilaku sosial. Temuan penelitian ini dapat diartikan bahwa generasi muda, lebih senang berada dikamarnya dan merasa tidak perlu untuk berbaur bersosialisasi terhadap masyarakat sekitar karena sudah menunjangnya teknologi.

Padahal secara sederhana sosialisasi adalah sebagai sebuah proses seumur hidup yang berkenaan dengan cara individu mempelajari hidup, norma, dan nilai sosial yang terdapat dalam kelompoknya agar dapat berkembang menjadi pribadi yang dapat diterima oleh kelompoknya atau masyarakat. Menurut Hassan Shadily, suatu proses saat seseorang mulai menerima dan menyesuaikan diri dengan adat istiadat suatu golongan sehingga lambat laun ia merasa bagian dari golongan tersebut.

Artinya bahwa pembentukan kepribadian seseorang itu dilihat dari proses sosialisasi yang tidak lepas dari interaksi yang dilakukannya baik di lingkungan terkecil seperti keluarga maupun lingkungan yang besar seperti lingkungan sekolah bahkan sampai interaksi melalui media sosial agar mengikuti norma dan nilai yang berlaku sesuai dengan kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat pada umumnya. Pelaksanaan sosialisasi dalam kehidupan masyarakat setiap saat di jumpai baik secara individu-individu maupun pada kelompok masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bersosialisasi memberikan pengaruh langsung sebesar 28,83%. Dengan demikian, dapat dimengerti jika bersosialisasi hanya memberikan pengaruh langsung yang tidak besar terhadap perilaku sosial, karena masih terdapat banyak hal atau faktor yang dapat mempengaruhi perilaku sosial.

Pembahasan Hipotesis 3

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara media sosial terhadap bersosialisasi. Temuan penelitian ini dapat diartikan bahwa generasi muda,

lebih senang berada dikamarnya dengan media sosial yang dimiliki dan merasa tidak perlu untuk berbaur bersosialisasi terhadap masyarakat sekitar.

Media sosial adalah salah satu fenomena terkini dalam era Informasi atau Era Digital yang didukung oleh Teknologi Informasi (TI). Web 2.0 mengacu pada seperangkat prinsip dan praktik yang, ketika diterapkan ke internet, memungkinkan orang untuk lebih mudah membuat dan berbagi informasi. (Abdillah, 2022 : 1). Berdasarkan Boyd (Setiadi, 2022), Istilah "media sosial" mengacu pada kumpulan alat online yang memfasilitasi komunikasi, berbagi ide dan konten, dan, dalam keadaan tertentu, kerja sama dan koordinasi di antara pengguna. Menurut Robert M.Z. Lawang (dalam Edrisy & dkk., 2022 : 24), sosialisasi merupakan proses dalam temuan tingkat partisipasi yang diharapkan dalam kegiatan kelompok. Bersosialisasi di zaman globalisasi ini merasa cukup dilaksanakan menggunakan media sosial. Walaupun memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, informasi dan sebagainya, misalnya tidak perlu pergi jauh untuk berkomunikasi. Namun, dampak buruk dari media sosialpun memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perubahan sosial yang terjadi di masyarakat. Semisal, jika ada yang meninggal, cukup mengucapkan melalui WhatsApp baik personal ataupun status, padahal kedatangan untuk bersosialisasi mengucapkan duka secara langsung merupakan dorongan untuk mengobati kesedihan, dan menimbulkan empati dan simpati pada diri seseorang.

Dengan hal tersebut, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel media sosial terhadap bersosialisasi memberikan pengaruh langsung sebesar 78,84%. Dengan demikian, dapat dimengerti jika media sosial terhadap bersosialisasi memberikan pengaruh langsung yang cukup besar.

Pembahasan Hipotesis 4

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengaruh media sosial dan bersosialisasi terhadap perilaku sosial memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 22,75%. Media sosial dan bersosialisasi secara bersama-sama, tidak cukup besar pengaruh langsung terhadap perilaku sosial.

Walaupun demikian penggunaan media sosial di era globalisasi ini, sudah menjadi faktor perubahan sosial dan perkembangan tindakan serta perilaku di dalam masyarakat. Siswa yang sudah terbiasa menggunakan media sosial, cenderung menjadi anak yang malas bermain dan menjauhkan diri dari masyarakat, dalam pendidikan hal tersebut merupakan sebuah hal yang di khawatirkan. Peserta didik yang tumbuh kembangnya di media sosial, tanpa adanya pengaruh dari masyarakat maupun lingkungan sosial lainnya yang positif, dapat merubah pola pikir, perilaku maupun hal lainnya yang kearah negatif karena menjauh dari norma dan kebudayaan di masyarakat.

Penggunaan media sosial berlebihan pun cenderung mengakibatkan siswa tidak bersosialisasi pada masyarakat sekitar karena sudah cukup di media sosial. Proses sosialisasi merupakan dimana anak belajar mengetahui dan memahami tingkat seperti apakah yang harus dilakukan dan apa pula yang tidak harus dilakukan di dalam masyarakat. Sosialisasi warga masyarakat akan saling mengetahui peranan masing-masing dalam masyarakat, kemudian dapat bertingkah laku sesuai dengan peranan sosial masing-masing. Sosialisasi yang sempurna mengakibatkan penataan yang mutlak terhadap keharusan pada norma, meski kenyataan tidak selamanya diwujudkan secara penuh. Apa yang telah diharuskan sering kali terjadi yang dapat mengganggu suatu keadaan, tertibnya masyarakat tidak bisa di jamin secara mutlak dengan mengendalikan diri pada efek proses sosial semata-mata. Karenanya dalam menjamin kelangsungan keadaan tertib masyarakat ini di samping menjalankan proses sosialisasi juga harus melaksanakan kontrol sosial dan pengendalian diri.

Menurut Bohor Soeharto (dalam Masdudi, 2015 : 55), perilaku sebagai hasil dari proses pembelajaran. Proses pembelajaran adalah interaksi yang terjadi kepada internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhinya, dari hal-hal atau kejadian baik dari masa lalu maupun masa kini. Dan proses sosialisasi sangat besar pengaruhnya bagi kehidupan warga masyarakat itu sendiri, secara individu tanpa mengalami proses sosialisasi yang memadai tidak mungkin seorang warga masyarakat akan hidup normal tanpa menemui suatu kesulitan dalam tatanan masyarakat.

Hanya dengan lewat proses sosialisasi ini, masyarakat akan dapat belajar bagaimana seharusnya bertingkah laku di dalam kondisi dan situasi tertentu. Hal ini juga merupakan bagian proses manusia untuk mempelajari norma-norma sosial agar membentuk sebuah kepribadian yang akan dijalankan dalam kehidupan sehari-hari.

Selain dari kurangnya bersosialisasi, agen sosialisasipun memiliki pengaruh yang besar untuk pembentukan perilaku anak. Menurut Skinner, perilaku adalah respon atau reaksi seseorang terhadap suatu rangsangan di sekitarnya. Anak pada era Generasi Z ini, cenderung kurang memiliki tata tertib dan sopan santun pada perilaku yang dilakukannya. Bahasa kasar, bullying, dan kurangnya sopan santun sudah menjadi hal wajar dan biasa tanpa adanya penyesalan. Secara norma, nilai dan kebudayaan, hal tersebut merupakan sebuah kesalahan yang harus diperbaiki, itu terjadi karena penggunaan media sosial yang berlebihan dan kurangnya bersosialisasi di masyarakat untuk mengetahui norma, nilai dan kebudayaan yang terjadi di masyarakat.

Pentingnya pengendalian dan pengawasan penggunaan media sosial sangatlah penting, untuk membimbing dan mengendalikan tumbuh kembang. siswa diajak untuk bersosialisasi, mengenal lingkungan untuk mengetahui norma, nilai dan kebudayaan di masyarakat untuk menjadi bagian di masyarakat yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan hal tersebut, maka perilaku yang dikhawatirkanpun dapat dikendalikan, siswa akan merasa cemas dan bersalah jika melanggar norma dan nilai di masyarakat, karena sudah diajarkan dan dikendalikan dengan baik untuk berperilaku yang sesuai di masyarakat.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa media sosial dan bersosialisasi secara bersama-sama berpengaruh tidak langsung terhadap perilaku sosial siswa. Walaupun demikian, pengendalian penggunaan media sosial dan pengenalan bersosialisasi terhadap nilai sosial budaya di masyarakat itu diperlukan. Peneliti menganalisis bahwa kecilnya pengaruh langsung itu dikarenakan ketidaktahuannya siswa terhadap perilaku nilai sosial budaya di masyarakatnya, dan fakta di lapangan bawah hampir siswa tidak bisa lepas dari penggunaan media sosial. Oleh karena itu, agen-agen sosialisasi yaitu keluarga, teman maupun sekolah, melakukan pendekatan, pengawasan dan perbaikan terhadap perilaku sosial siswa yang melanggar norma dan nilai di masyarakat.

SIMPULAN

1. Terdapat pengaruh langsung yang signifikan persepsi atas media sosial terhadap perilaku sosial di SMA Negeri Kabupaten Karawang. Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan *thitung* = 89,521.
2. Terdapat pengaruh langsung yang signifikan kemampuan bersosialisasi terhadap perilaku sosial di SMA Negeri Kabupaten Karawang. Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan *thitung* = 97,603
3. Terdapat pengaruh langsung yang signifikan persepsi atas media sosial terhadap kemampuan bersosialisasi di SMA Negeri Kabupaten Karawang. Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan *thitung* = 12,184.
4. Terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan persepsi atas media sosial dan kemampuan bersosialisasi secara bersama-sama terhadap perilaku sosial di SMA Negeri Kabupaten Karawang. Diperoleh nilai *thitung* (7,45) > *ttabel* (1,684).

REFERENSI

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening Media Publishing 2022.
- Alizamar & Dkk. (2016). *Psikologi Persepsi dan Desain Infomasi (Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip Kognitif untuk Kependidikan dan Desain Komunikasi Visual)*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Azhari Harahap, I., Yusdi Arwana, N., & Wahyu Tami Br Rambe, S. (2020). Teori dalam Penelitian Media. *Edukasi Nonformal*, 3(2), 136–140.
<https://ummaspul.e-journal.id/JENFOL/article/download/4470/1791/>
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian Dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Cahyono, A. S. (2020). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA*. 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Dayakisni, T., & Hudainah. (2012). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Edrissy, I. F., & dkk. (2022). *Pengantar Sosiologi*. Bandarlampung Pusaka Media.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Irwan, & Dkk. (2021). *Pengantar Sosiologi Umum*. Yogyakarta: Deepublish.
- Jafar, W. A. (2019). *Pengaruh Masyarakat Terhadap Urgensi Fiqh Moderat*. Bengkulu: Penerbit Vanda.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Masdudi. (2015). *Aplikasi Psikologi Perkembangan Dalam Perilaku Sosial Individu*. Cirebon: Eduvision.
- Meiningsih, S. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatik.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Qomaroh, R. E., & Jacky. (2020). *REPRESENTASI PERILAKU SOSIAL KOMUNITAS MOTOR CB SURABAYA*. July, 1–23.
<https://media.neliti.com/media/publication/248972-representasi-perilaku-sosial-komunitas-m-170af5d9.pdf>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Salah, A. A. (2018). *Pengantar Psikologi*. Makassar: Aksara Timur.
- Setiadi, A. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (JIMAKUKERTA)*, 2(3), 650–656.
<https://doi.org/10.36085/jimakukerta.v2i3.4525>
- Syam, N. W. (2012). *Sosiologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Widodo, S., Ladyani, F., & Dkk. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. Pangkal Pinang: CV Science Techno Direct.