

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Internet dan Media Sosial

Dewasa ini perkembangan teknologi semakin pesat. Dengan perkembangan teknologi saat ini, banyak hal yang dapat dikerjakan dengan mudah. Salah satunya dalam hal berkomunikasi. Jika dahulu kala orang berkomunikasi dengan bertatap muka secara langsung agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, namun sekarang orang tidak harus bertatap muka secara langsung agar dapat berkomunikasi. Sehingga komunikasi dapat berlangsung lebih mudah dengan adanya teknologi.

Berbagai teknologi telah dikembangkan para ilmuwan agar memudahkan manusia dalam berkomunikasi. Mulai dari radio, telepon, televisi, hingga internet. Bahkan dengan kemajuan teknologi sekarang ini, orang dapat berkomunikasi dengan orang lain pada tiap detik. Baik itu dengan orang yang dikenal hingga orang yang tidak dikenal. Komunikasi tersebut bisa terjadi dengan dua arah maupun satu arah. Teknologi mulai dari radio hingga internet memungkinkan komunikasi yang sulit dilakukan menjadi bisa dilakukan. Salah satu dari sekian banyak temuan para ahli, yang fenomenal adalah media internet.

Sejarah mengenai internet dijabarkan dengan cukup baik oleh Reddick dan King (1996: 107-110). Berawal pada tahun 1957, Departemen

Pertahanan Amerika Serikat melalui *Advanced Research Projects Agency* (ARPA), bertekad mengembangkan jaringan komunikasi terintegrasi yang saling menghubungkan komunitas sains dan keperluan penelitian militer. Sehingga memungkinkan para peneliti yang tersebar di Amerika Serikat dapat dengan mudah saling bertukar file komputer dan saling berkirim surat. Hal ini dilatarbelakangi oleh terjadinya perang dingin antara Amerika Serikat dengan Uni Soviet (tahun 1957 Soviet meluncurkan sputnik). Kemudian pada tahun 1960 penelitian menghasilkan temuan bernama *packet switching*. *Packet switching* adalah pengiriman pesan yang dapat dipecah dalam paket-paket kecil yang masing-masing pakatnya dapat melalui berbagai alternatif jalur jika salah satu jalur rusak untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. *Packet switching* juga memungkinkan jaringan dapat digunakan secara bersamaan untuk melakukan banyak koneksi, berbeda dengan jalur telepon yang memerlukan jalur khusus untuk melakukan koneksi.

Pada tahun 1969 diluncurkan sebuah jaringan percobaan yang bernama, ARPA-net. Maka ketika ARPANET menjadi jaringan komputer nasional di Amerika Serikat pada 1969, *packet switching* digunakan secara menyeluruh sebagai metode komunikasinya menggantikan circuit switching yang digunakan pada sambungan telepon publik. Namun karena pengembangan ARPA—net cukup rumit dikarenakan lokasi dan komputer yang digunakan berbeda-beda, maka kemudian dikembangkan lagi sebuah protokol yang dapat berjalan pada komputer yang berbeda-beda. Pada 1970, dikembangkan sebuah protokol dengan nama *Transmission Control Protocol*

(TCP) dan di tahun yang sama pula, sudah lebih dari 10 komputer yang berhasil dihubungkan satu sama lain sehingga mereka bisa saling berkomunikasi dan membentuk sebuah jaringan. Dengan protokol yang standar dan disepakati secara luas, maka jaringan lokal yang tersebar di berbagai tempat dapat saling terhubung membentuk jaringan raksasa bahkan sekarang ini menjangkau seluruh dunia. Jaringan dengan menggunakan protokol internet inilah yang sering disebut sebagai jaringan internet.

Tahun 1972, Roy Tomlinson berhasil menyempurnakan program e-mail yang ia ciptakan setahun yang lalu untuk ARPANET. Program e-mail ini begitu mudah sehingga langsung menjadi populer. Pada tahun yang sama, icon (@) juga diperkenalkan sebagai lambang penting yang menunjukkan “at” atau “pada”. Tahun 1973, jaringan komputer ARPANET mulai dikembangkan ke luar Amerika Serikat.

Jaringan ARPANET menjadi semakin besar sejak saat itu dan mulai dikelola oleh pihak swasta pada tahun 1984, maka semakin banyak universitas tergabung dan mulailah perusahaan komersial masuk. Protokol TCP/IP menjadi protokol umum yang disepakati sehingga dapat saling berkomunikasi pada jaringan internet ini. Untuk menyeragamkan alamat di jaringan komputer yang ada, maka pada tahun 1984 diperkenalkan sistem nama domain, yang kini kita kenal dengan DNS atau *Domain Name System*. Komputer yang tersambung dengan jaringan yang ada sudah melebihi 1000 komputer lebih. Pada 1987 jumlah komputer yang tersambung ke jaringan melonjak 10 kali lipat menjadi 10.000 lebih.

Tahun 1988, Jarko Oikarinen dari Finland menemukan dan sekaligus memperkenalkan IRC atau *Internet Relay Chat*. Setahun kemudian, jumlah komputer yang saling berhubungan kembali melonjak 10 kali lipat dalam setahun. Tak kurang dari 100.000 komputer kini membentuk sebuah jaringan. Tahun 1990 adalah tahun yang paling bersejarah, ketika Tim Berners Lee menemukan program *editor* dan *browser* yang bisa menjelajah antara satu komputer dengan komputer yang lainnya, yang membentuk jaringan itu. Program inilah yang disebut *www*, atau *World Wide Web*. Aplikasi *World Wide Web* (WWW) ini menjadi konten yang dinanti semua pengguna internet. WWW membuat semua pengguna dapat saling berbagi bermacam-macam aplikasi dan konten, serta saling mengaitkan materi-materi yang tersebar di internet. Sejak saat itu pertumbuhan pengguna internet meroket.

Internet itu sendiri berasal dari kata *Interconnection Networking*, yang berarti semacam jaringan yang mampu menghubungkan seseorang dengan informasi dunia dan masyarakat global (Agung, 2003: 2). Sementara menurut Reddick dan King (1996: 100) “internet adalah suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan saling hubungan antara jaringan-jaringan komputer yang sedemikian rupa, sehingga memungkinkan komputer-komputer itu berkomunikasi satu sama lain”.

Internet mencakup puluhan ribu jaringan komputer yang saling terhubung untuk membentuk jaringan global, memungkinkan setiap computer pada suatu jaringan dapat berkomunikasi dengan komputer lain di jaringan lain (Ensiklopedia Sains dan Teknologi, 2007: 576). Internet memberikan

banyak sekali manfaat, ada yang bisa memberikan manfaat baik dan buruk. Baik bila digunakan untuk pembelajaran informasi dan buruk bila digunakan untuk hal yang berbau pornografi, informasi kekerasan, dan lain-lainnya yang negatif.

Internet ini memungkinkan pengguna komputer di seluruh dunia untuk saling berkomunikasi dan berbagi informasi dengan cara saling mengirimkan *email*, menghubungkan komputer satu ke ke komputer yang lain, mengirim dan menerima file dalam bentuk teks, audio, video, membahas topik tertentu pada *newsgroup*, *website*, *social networking* dan lain-lain.

Internet dapat menghubungkan orang dari berbagai belahan dunia baik itu yang belum mengenal atau yang sudah mengenal, baik itu dari suku, rasa atau agama yang berbeda, semuanya dapat berkomunikasi langsung melalui media internet. Sebab di dalam media internet memang banyak sarana pendukung bagi manusia untuk melakukan komunikasi. Seperti yang diungkapkan oleh Tracy (1997: 2) "...internet adalah semacam jagad raya yang terus menerus berkembang memiliki geografi, 'cuaca', dan budaya sendiri. Dalam dunia *cyber* ini, berbagai orang dalam penjuru dunia berkomunikasi melalui zona waktu yang berbeda tanpa saling bertatap muka, dan informasinya tersedia 24 jam sehari dari ribuan tempat".

Salah satu bentuk baru dalam berkomunikasi yang ditawarkan salam dunia internet adalah media sosial. Dimana dengan menggunakan media sosial dalam internet, pengguna bisa meluaskan perkataan ataupun hal yang dia alami. Seperti yang diutarakan oleh Kaplan dan Haenlein (dalam Curran dan

Lennon, September: 2011), media sosial adalah “sebuah kelompok jaringan yang berbasis aplikasi dalam internet yang dibangun berdasar teknologi dan konsep web 2.0, sehingga dapat membuat pengguna (*users*) menciptakan dan mengganti konten yang disebarakan”.

Istilah “web 2.0” digunakan secara khusus untuk menjelaskan teknologi semacam *wikis*, *weblogs*, dan media internet lainnya. Web 2.0 penting untuk media sosial karena mampu mempercepat pertumbuhan dari media sosial.

Karjaluoto (2008: 2) mengungkapkan bahwa istilah media sosial menggambarkan sebuah media sehingga para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi dan memberi kontribusi di dalam media tersebut. Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna. Sosial media dapat dirubah oleh waktu dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas. Selain itu sosial media juga menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Seperti diketahui, sebelum muncul dan populernya media sosial, kebanyakan orang berkomunikasi dengan cara sms atau telpon lewat handphone. Namun sekarang dengan adanya media sosial, orang cenderung berkomunikasi lewat layanan obrolan (*chat*) atau berkirim pesan lewat layanan yang tersedia di media sosial.

Berdasarkan Karjaluoto (2008: 4), media sosial ada 6 macam yaitu:

1. Blog (*blogs or web blogs*), yaitu sebuah website yang dapat digunakan untuk memasang tulisan, baik oleh satu orang atau kelompok, dan juga

menyediakan ruang sehingga pembaca tulisan dapat memberi komentar. Banyak macam-macam blog di dunia, dan blog menjadi populer karena menyediakan perspektif yang utuh dan asli mengenai topik-topik tertentu.

2. Forum (*Forums*), yaitu sebuah situs dimana beberapa pengguna (*users*) dapat menyusun topik dan mengomentari topik yang dibuat. Semua orang yang mengunjungi situs tersebut dapat memberikan komentar. Selain itu, biasanya forum ini dijadikan rujukan bagi mereka yang tertarik pada suatu topik. Contoh dari forum yang cukup populer adalah kaskus. Di dalam kaskus terdapat berbagai topik yang diciptakan oleh para pengguna situs atau diusulkan oleh para pengunjung situs tersebut.
3. Komunitas Konten (*content communities*), yaitu situs yang memungkinkan pengguna (*users*) untuk memasang atau menyebarkan konten. Konten yang dipasang dan disebarkan biasanya berupa video atau foto untuk bercerita dan berbagi. Beberapa situs ini menyediakan layanan untuk voting, sehingga pengunjung dapat ikut menentukan relevansi konten yang akan dipasang dan disebarkan.
4. Dunia virtual (*virtual worlds*), merupakan sebuah situs yang menyediakan dunia virtual bagi para pengunjungnya. Yaitu dunia yang seolah-olah nyata, dikarenakan pengunjung bisa saling berinteraksi dengan pengunjung lainnya, namun pada dasarnya dunia tersebut hanya ada di dalam internet. Salah satu contoh yang cukup populer dari dunia virtual adalah situs *game on-line*. Pengunjung dapat berinteraksi dan berjuang bersama dengan pengunjung lain atau dapat juga bersaing dengan pengunjung lain.

5. *Wikis*, yaitu situs penghasil data-data atau dokumen-dokumen. Dalam situs ini, pengunjung yang telah diterima sebagai pengguna (*users*) resmi dapat mengganti atau menambah konten yang ada dalam situs dengan sumber yang lebih baik. Wikipedia merupakan salah satu contoh dari situs *wikis*.
6. Jejaring Sosial (*social networks*), yaitu komunitas virtual yang memungkinkan pengguna (*users*) untuk berkoneksi dengan pengguna (*users*) yang lainnya. Beberapa situs jejaring sosial dibuat untuk memperluas jaringan kelompok (contohnya Facebook), sementara yang lainnya dibuat berdasarkan wilayah tertentu saja (contohnya LinkedIn).

Salah satu media sosial yang cukup populer yaitu jejaring sosial. Jejaring sosial merupakan struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga.

Situs jejaring sosial juga terdapat beberapa macam, seperti Facebook, My space, atau Friendster. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Facebook sebagai objek penelitian dikarenakan di antara situs jejaring sosial lainnya, Facebook merupakan situs jejaring sosial yang paling populer.

2. Facebook

Pengertian mengenai jejaring sosial (*social networking*) diungkapkan oleh Ford (Juli: 2011), bahwa jejaring sosial merupakan sebuah konsep dari struktur sosial yang dibentuk oleh beberapa orang atau organisasi yang dihubungkan oleh satu atau beberapa hubungan khusus -seperti pertalian

keluarga, pertemanan, hubungan asmara, pertukaran ekonomi, keyakinan, jabatan, hingga persamaan minat di antara anggota- dalam sudut pandang *link* atau koneksi berbasis internet. Dengan pengertian yang diungkapkan oleh Ford, menjadi jelas bahwa yang dinamakan hubungan yang disebut jejaring sosial adalah sebuah koneksi yang mendasarkan pada jaringan internet. Hubungan sosial yang terbentuk dari pertalian keluarga, pertemanan, hubungan asmara, pertukaran ekonomi atau keyakinan atau jabatan, hingga persamaan minat, semuanya termanifestasi dan terjalin melalui dunia internet. Sehingga berdasarkan definisi Ford di atas, lebih tepat jika istilah ‘koneksi’ digunakan untuk menggambarkan atau mewakili hubungan yang dijalin sekelompok individu dalam dunia internet.

Sedangkan menurut Kim dan Lee (2011: 359), situs jejaring sosial adalah sebuah *website* yang tidak hanya menampilkan daftar koneksi sosial, tetapi juga menyediakan fitur-fitur dimana pengguna (*users*) dapat menampilkan diri mereka kepada pengguna yang lain. Berdasarkan pendapat dari Kim dan Roselyn ini, di dalam situs jejaring sosial terdapat daftar yang memuat nama-nama atau kelompok dengan mana pengguna menjalin koneksi sosial. Tapi selain terdapat daftar pertemanan atau koneksi sosial, situs jejaring sosial juga menyediakan fitur-fitur atau layanan dimana pengguna (*users*) dapat menampilkan profil atau data mengenai pengguna (*users*) kepada pengguna(*users*) yang lain. Fitur yang tersedia dalam situs jejaring sosial juga berupa fitur untuk berubah-ubah (*update*) status, mengatur foto atau video yang diunggah, mengolah pesan dalam situs.

Pendapat lain menurut Boyd dan Ellison (dalam Thelwall, 2009: 22), situs jejaring sosial adalah layanan berbasis *Web* yang memungkinkan pengguna untuk:

1. Membuat profil terbuka atau semi terbuka dengan sistem yang saling terhubung.
2. Mengatur daftar, dengan siapa saja pengguna akan berbagi koneksi.
3. Melihat dan mengunjungi daftar koneksi miliknya juga milik pengguna yang lain.

Berdasar pendapat Ford, Boyd dan Ellison itu berarti situs jejaring sosial merupakan jaringan sosial pertemanan, percintaan, atau perkumpulan suatu komunitas, yang berdasar koneksi internet. Dimana pengguna perlu membuat sebuah profil atau akun yang berisi data pribadi dari pengguna. Isi data pribadi ini nantinya dapat ditunjukkan semuanya atau sebagian saja kepada pengguna yang lain. Pengguna juga dapat saling berbagi konten antar para pengguna dalam sistem. Serta dapat mengatur siapa yang akan menjadi teman dari pengguna situs tersebut.

Facebook sebagai salah satu situs jejaring sosial yang populer, mempunyai nilai tersendiri bagi para penggunanya. Facebook sendiri tercatat mengalami kenaikan jumlah pengguna yang pesat semenjak awal didirikan. Hanya dalam kurun waktu 8 tahun semenjak didirikan pada tahun 2004, Facebook mencatat 835.525.280 pengguna di penjuru dunia. Angka ini berdasar laporan dalam Internet Worlds Stats, sebuah lembaga statistik independen dari Miniwatts Marketing Group (Internet Worlds Stats, Maret

2012). Bisa dikatakan bahwa ini merupakan catatan fenomenal dari sebuah situs penyedia layanan jejaring sosial.

Facebook sendiri diciptakan pada tahun 2004 oleh mahasiswa Harvard, Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa ilmu komputer Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes. Mark Zuckerberg menciptakan Facemash, pendahulu Facebook, tanggal 28 Oktober 2003 ketika berada di Harvard sebagai mahasiswa tahun kedua. Menurut *The Harvard Crimson*, situs ini mirip dengan *Hot or Not*, dan menggunakan "foto yang diperoleh dari facebook (buku wajah) dari sembilan asrama, menempatkan dua foto berdampingan pada satu waktu dan meminta pengguna memilih yang mana yang paling seksi". Keanggotaan situs Facebook ini awalnya terbatas untuk mahasiswa Harvard saja. Dalam dua bulan selanjutnya, keanggotaan diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston. Selanjutnya dikembangkan pula jaringan untuk sekolah-sekolah tingkat atas dan beberapa perusahaan besar. Sejak 11 Maret 2006, orang dengan alamat email apa pun dapat mendaftar di Facebook (Kapang, 2009: 1-2).

Dengan menggunakan Facebook pengguna dapat membuat profil pribadi, dilengkapi foto, daftar ketertarikan pribadi, informasi kontak, dan informasi pribadi lain. Pengguna dapat berkomunikasi dengan teman dan pengguna lain melalui pesan pribadi atau umum dan fitur obrolan. Mereka juga dapat membuat dan bergabung dengan grup ketertarikan dan "halaman kesukaan" (dulu disebut "halaman penggemar" hingga 19 April 2010), beberapa di antaranya diurus oleh banyak organisasi dengan maksud beriklan.

Untuk mencegah keluhan tentang privasi, Facebook mengizinkan pengguna mengatur privasi mereka dan memilih siapa saja yang dapat melihat bagian-bagian tertentu dari profil mereka. Situs web ini gratis untuk pengguna dan mengambil keuntungan melalui iklan seperti iklan spanduk. Facebook membutuhkan nama pengguna dan foto profil (jika ada) agar dapat diakses oleh setiap orang. Pengguna dapat mengontrol siapa saja yang dapat melihat informasi yang mereka bagikan, juga menemukannya melalui pencarian dengan memanfaatkan pengaturan privasi. menambahkan pengguna lain sebagai teman dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna yang memiliki tujuan tertentu, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah, perguruan tinggi, atau karakteristik lainnya. Nama layanan ini berasal dari 'nama buku' yang diberikan kepada mahasiswa pada tahun akademik pertama oleh administrasi universitas di AS dengan tujuan membantu mahasiswa mengenal satu sama lain. Facebook memungkinkan setiap orang berusia minimal 13 tahun menjadi pengguna terdaftar di situs ini.

Kepopuleran Facebook ini kemudian diangkat ke layar lebar dan menjadi sebuah film dengan judul: *The Social Network* oleh sutradara David Fincher.

3. Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Mengamati perkembangan teknologi-informasi dewasa ini yang dimotori oleh internet, membawa perubahan yang mengagumkan dalam

sejarah manusia. Di dalam internet seperti tersedia dunia virtual, yang berbeda dengan dunia realita. Dunia virtual yang disajikan dalam media internet memiliki warna tersendiri bagi kehidupan umat manusia. Dunia yang dibentuk dalam internet menyajikan cara berinteraksi yang tipikal. Banyak situs yang dibangun dalam internet yang menyajikan cara-cara baru bersosialisasi dengan orang lain. Salah satunya adalah situs jejaring sosial Facebook.

Situs Facebook merupakan sebuah layanan berkomunikasi antar para pengguna Facebook di seluruh penjuru dunia. Di dalam Facebook ini, seorang pengguna dapat berbagi konten (*share*) mengenai apa yang sedang dalam pikirannya, apa yang sudah atau sedang dilakukan dalam bentuk foto, dan video. Bahkan juga tersedia layanan komunikasi virtual (*chatting*) antar para pengguna Facebook. Situs ini kemudian menjadi populer dan bahkan sekarang penggunaannya juga mulai merambah untuk bisnis. Dalam hitungan detik banyak orang yang secara bersamaan memperbaharui konten (*update status*), baik yang berisi curhatan perasaan sampai ‘perang’ antar pengguna di situs tersebut. Lalu mengapa banyak orang yang terdorong menggunakan Facebook sebagai salah satu cara berinteraksi dengan orang lain?

Tentunya terdapat sebuah dugaan awal mengenai sebab terdorongnya seorang individu untuk menggunakan Facebook sebagai sarana berkomunikasi. Kondisi terdorongnya seorang individu untuk melakukan sesuatu hal, biasa disebut kondisi ter-motivasi dalam literatur psikologi.

Motivasi berasal dari kata Latin '*movere*' (*to move*). Motivasi merupakan proses dimana sebuah perilaku tetap terjaga dan terus dilakukan untuk mencapai tujuan (Schunk, Pintrich, dan Meece, 2010: 4). Hal ini berarti motivasi lebih dari sekadar hasil tapi merupakan proses. Sebagai sebuah proses, motivasi tidak diketahui dengan cara mengamati secara langsung namun mengambil kesimpulan dari tingkah laku dan ucapan. Dalam tingkah laku termotivasi terdapat sebuah tujuan yang memberikan daya dorong dan arah bagi perilaku. Tujuan tidak akan tetap untuk selamanya akan tetapi dapat berubah-ubah seiring bertambahnya pengalaman seseorang. Namun yang paling penting adalah seseorang menyadari adanya suatu hal yang ingin dituju atau dihindari. Motivasi juga melibatkan aktivitas fisik dan mental untuk mencapai suatu tujuan. Aktivitas fisik meliputi hal-hal yang dilakukan secara jasmani untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan aktivitas mental diperlukan untuk menyusun rencana, menyesuaikan tindakan dengan lingkungan, membuat keputusan, memecahkan masalah, dan mengevaluasi proses. Perilaku termotivasi berarti, tetap terjaga dan terus dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Memulai untuk mencapai tujuan adalah hal yang penting namun seringkali yang sulit dilakukan karena memerlukan komitmen dan segera memulai langkah pertama. Dengan adanya motivasi, dapat menjaga dan meneruskan tindakan yang sudah diambil.

Pendapat serupa diungkapkan oleh Fieldman (2009: 289) motivasi merupakan faktor yang mengarahkan dan memberi energi bagi perilaku

manusia atau makhluk hidup lainnya. Pendapat Fieldman meluaskan konsep motivasi bukan hanya untuk manusia tapi juga organisme atau makhluk hidup lainnya. Namun tetap sama seperti pendapat Schunk, dkk bahwa motivasi memberi arah dan energi bagi perilaku. Pendapat Schunk, dkk, dan Fieldman juga serupa dengan pendapat Lahey. Lahey (2007:365) mengartikan motivasi sebagai sebuah istilah yang mengacu pada keadaan dalam diri individu yang menggerakkan dan memberikan tujuan kepada pikiran kita.

Wade dan Tavis (2011: 144) juga menjelaskan bahwa motivasi merujuk pada suatu proses dalam diri manusia atau hewan yang menyebabkan organisme tersebut bergerak menuju suatu tujuan, atau bergerak menjauh dari situasi yang tidak menyenangkan. Pendapat Wade dan Travis menyiratkan bahwa perilaku yang diwujudkan bisa mengarah pada suatu tujuan atau untuk menghindari suatu hal. Pendapat serupa juga diajukan oleh Passer dan Smith (2007: 351) yang menyebutkan bahwa motivasi manusia adalah untuk mendapatkan sesuatu kesenangan (*pleasure*) dan menghindari hukuman dan kerugian (*punishment* dan *deprivation*). Jika merujuk kepada pendapat dari Passer dan Smith, motivasi mengarahkan perilaku untuk menuju suatu kesenangan atau untuk menghindari kerugian. Tidak dapat dipungkiri bahwa kesenangan dan kerugian dapat menuntun seseorang untuk mengambil suatu tindakan. Meskipun tidak semua orang yang termotivasi, misalnya dalam keadaan ingin mendapatkan kesenangan, akan mengambil tindakan yang sama semuanya.

Motivasi memang memberikan energi kepada seseorang untuk melakukan suatu tindakan, namun tindakan yang diambil oleh tiap orang tidaklah sama. Motivasi yang dimiliki tiap orang tidaklah sama. Seperti yang diungkapkan oleh Slavin (2009: 286) "...motivasi dapat berbeda dalam intensitas dan tujuannya". Selain itu motivasi juga dapat berbeda sesuai dengan waktu dan tempat dari seseorang. Kosslyn dan Rosenberg (2005: 266) berpendapat bahwa "...motivasi merupakan sebuah istilah yang mengacu pada dorongan kuat dalam manusia yang mengarahkan untuk bertindak dalam suatu cara sesuai dengan waktu dan tempat tertentu". Sementara itu Heckhausen dan Heckhausen (2008: 4) berpendapat bahwa motivasi seorang individu dipengaruhi oleh faktor pribadi dari individu tersebut dan juga faktor situasi.

Menurut Bernard, dkk (2005: 6) motivasi mengacu pada alasan yang menyebabkan organisme untuk memulai dan meneruskan tindakan tertentu jika dibandingkan dengan organisme lainnya. Hal ini berarti bahwa motivasi adalah segala penyebab yang membuat seorang individu melakukan suatu tindakan, baik itu penyebabnya berupa kebutuhan dasar dari individu, penghargaan atau segala hal yang berada di luar diri individu. Memulai dan meneruskan tindakan berarti merupakan indikator, bahwa sesuatu disebut motivasi jika hal tersebut yang memicu seorang individu untuk mengambil keputusan untuk melakukan suatu tindakan. Selain itu tindakan tersebut akan terus dilakukan, berbeda jika dibandingkan dengan orang yang tidak termotivasi. Individu yang tidak termotivasi, tidak mengambil tindakan

seperti individu yang termotivasi. Meskipun mengambil tindakan yang sama, individu yang tidak termotivasi tidak meneruskan tindakan yang telah diambil. Berbeda dengan individu yang termotivasi akan secara persisten melakukan tindakan yang telah diambil sampai mencapai tujuannya.

Bernard, dkk (2005: 6) menambahkan bahwa motivasi merupakan suatu hal yang memiliki tujuan dan mengandung proses yang menuntun energi dan arah dari aktivitas organisme yang terus menerus. Berdasar penjelasan ini, berarti motivasi juga mengandung proses dari aktivitas organisme yang terus menerus. Suatu aktivitas atau perilaku belum dapat dikatakan perilaku termotivasi selama perilaku atau aktivitas tersebut tidak dilakukan secara terus menerus. Motivasi ini juga menyediakan energi bagi perilaku atau aktivitas organisme. Motivasi juga merupakan pemandu bagi perilaku, hingga perilaku atau aktivitas yang dilakukan mencapai sasaran.

Dari beberapa penjelasan mengenai motivasi, dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan proses dalam diri seseorang yang memberikan energi, dorongan, arah atau tujuan yang bervariasi intensitasnya bagi suatu perilaku dan sesuai dengan waktu serta tempat dimana motivasi tersebut muncul dalam diri seseorang. Selain itu motivasi berfungsi untuk tetap menjaga tindakan yang sudah diambil oleh seseorang hingga mencapai tujuan yang diinginkan. Motivasi sebagai proses dalam diri organisme berarti meliputi semua hal yang dapat memberi dorongan kepada organisme untuk melakukan suatu tindakan, baik berupa makan, minum, atau kebutuhan

dalam diri organisme yang lainnya serta hal-hal yang bersifat psikis seperti rasa takut, rasa ingin menang, dan keinginan lainnya.

b. Karakteristik Motivasi

Definisi dari motivasi yang diajukan atau dikemukakan oleh para ahli psikologi ternyata berbeda-beda. Namun terdapat ciri umum dari berbagai definisi motivasi yang dikemukakan oleh para ahli. Berdasarkan pendapat dari Petri dan Govern (2007: 18-19), motivasi memiliki dua karakteristik utama yaitu adanya aktivasi (*activation*) dan tujuan (*direction*).

1. Aktivasi (*activation*)

Motivasi memiliki salah satu karakteristik berupa aktivasi (*activation*), dimana suatu keadaan termotivasi manakala memicu atau memunculkan suatu perilaku tertentu. Namun apakah apabila suatu individu atau organisme tidak melakukan suatu aktivitas atau perilaku itu berarti tidak ada motivasi? Petri dan Govern (2007: 18) menyebutkan bahwa jika suatu perilaku tidak nampak atau tidak dapat diamati, hal ini bukan berarti tidak ada motivasi. Jika ini terjadi, dapat dikatakan bahwa motivasi yang ada dalam diri individu kurang cukup untuk memicu sebuah perilaku. Meskipun pada umumnya, memang perilaku yang nampak merupakan bukti bahwa terdapat motivasi di dalam diri individu. Hal ini dapat dicontohkan pada kasus manusia yang ingin mendapatkan prestasi, namun terdiam dan terpaku di atas panggung perlombaan. Apakah hal ini berarti orang tersebut sebenarnya tidak memiliki motivasi untuk berprestasi? Tentu tidak. Mengacu pada pendapat dari Petri dan

Govern, maka motivasi untuk berprestasi tersebut masih dapat diindikasikan lewat kecepatan peredaran darah, detak jantung, dan adrenalin yang terpompa.

Hal yang merupakan bagian dari aktivasi (*activation*), menurut Petri dan Govern adalah persistensi (*persistence*). Persistensi mengacu pada perilaku atau usaha yang dipicu oleh motivasi terkait sehingga terus menerus dilakukan oleh individu atau organisme untuk memperoleh suatu hasil dan mencapai tujuan. Selain persistensi (*persistence*), hal lain yang juga termasuk bagian dari aktivasi (*activation*) adalah semangat atau perilaku yang berenergi (*vigor*). Semangat (*vigor*) juga memberikan andil bagi perilaku yang teraktivasi oleh suatu motivasi. Orang yang termotivasi, perilaku akan lebih bersemangat, lebih berenergi daripada perilaku orang yang tidak termotivasi. Namun hal ini bukan berarti perilaku yang berenergi tinggi merupakan perilaku yang memiliki motivasi yang tinggi. Semangat (*vigor*) tidak berdiri sendiri dalam aktivasi (*activation*) perilaku, namun juga berdampingan dengan persistensi (*persistence*).

2. Tujuan (*direction*)

Karakteristik kedua dari motivasi menurut Petri dan Govern (2007: 19) adalah tujuan (*direction*). Ketika seseorang merasa lapar, kemudian dia menuju lemari es untuk mengambil makanan, apakah yang sebenarnya memicu mekanisme perilaku tersebut? Meskipun banyak ahli memiliki pendapat yang berbeda-beda mengenai hal itu, namun banyak

ahli yang sepakat bahwa motivasi memiliki peran dalam mekanisme perilaku tersebut. Perilaku yang terarah, merupakan salah satu indikasi dari adanya motivasi dalam diri individu.

c. Komponen Motivasi

Kebanyakan literatur yang membahas mengenai motivasi berpusat pada area identifikasi dan pengukuran mengenai kebutuhan (*needs*). Teori dan analisa banyak yang berpusat pada apa yang menyebabkan munculnya suatu perilaku. Bagaimanapun juga terkadang dua orang atau lebih mempunyai kebutuhan yang sama, namun berbeda dari segi energi dan persistensi perilaku. Franken (2007: 27) menjelaskan bahwa terdapat faktor lain yang dapat menahan dan meningkatkan kerja dari motivasi. Faktor-faktor ini terbagi menjadi 3 komponen:

1. Komponen Biologis (*The Biological Component*)

Fokus utama pembahasan mengenai komponen biologis pada motivasi, mengacu pada struktur dan desain dari otak. Otak manusia memiliki peranan besar bagi keberlangsungan hidup, kebahagiaan, kesehatan, juga kemampuan manusia dalam mencapai sesuatu dan bertanggung jawab dalam pelaksanaan tugas manusia dalam kehidupan sehari-hari (Franken, 2007: 27).

2. Komponen Belajar (*The Learned Component*)

Apa yang dipelajari oleh individu atau organisme diatur oleh atensi (perhatian) atas kondisi di lingkungan sekitar. Dalam karyanya, Franken (2007: 37) menuliskan bahwa atensi terdiri atas 3 proses yang

saling berkaitan satu sama lainnya. Proses pertama disebut orientasi penerimaan (*attending or receptor orientation*) yaitu, manusia perlu untuk memfokuskan penerima sensoriknya (*sensory receptors*) pada suatu informasi (stimulasi) untuk dianalisa. Kedua adalah proses pemilahan atensi (*selective attention*), yang merupakan proses pemilahan stimulasi yang menjadi perhatian individu. Meskipun individu telah memusatkan perhatiannya pada informasi yang diberikan kepadanya, namun individu hanya akan memproses suatu bagian dari informasi yang diterimanya. Ketiga, karena keterbatasan kemampuan manusia untuk menerima informasi, seringkali manusia tidak dapat menyesuaikan diri dengan efektif dengan banyaknya stimulasi atau informasi yang tersedia di lingkungan. Salah satu cara yang biasa digunakan untuk mengatasi hal ini adalah mencari struktur/bentuk yang mendasari suatu stimulasi atau informasi. Hal lain yang dilakukan adalah mengelompokkan atau memecah stimulasi yang telah diperoleh.

3. Komponen Kognitif (*The Cognitive Component*)

Komponen kognisi meliputi kegiatan berpikir, persepsi, abstraksi, sintesis, mengatur, atau proses lain yang memungkinkan individu atau organisme untuk mengkonseptualisasikan baik dirinya sendiri maupun dunia di luar dirinya. Kognisi juga menimbulkan pengkategorian sehingga individu dapat memberikan label pada stimulus-stimulus yang ada. Proses kognitif juga menimbulkan kepercayaan, sikap, dan nilai dalam diri individu (Franken, 2007: 51). Kepercayaan, sikap, nilai

seringkali dapat bertahan untuk waktu yang lama. Hal ini dikarenakan individu cenderung memilih informasi yang serupa atau mendukung informasi yang telah tersimpan dalam diri individu. Manusia tidak dapat menangkap keseluruhan informasi tanpa batas yang ada di luar individu. Sebab itu, individu perlu untuk mengembangkan struktur kognits yang dapat mengurangi kompleksitas informasi yang dihadapi. Manusia melakukannya dengan cara menemukan stuktur, prinsip, aturan, hubungan antar stimulus.

d. Jenis Motivasi

1. Motivasi Tunggal dan Bergabung

Gerungan (2002: 141) menjelaskan mengenai motif tunggal dan motif bergabung. Motif tunggal yang disebutkan oleh Gerungan maksudnya adalah ketika seseorang melakukan sesuatu dikarenakan oleh satu faktor pendorong saja. Kondisi dalam motif tunggal ini bisa ditemukan contohnya pada seseorang yang pelajar yang hanya menginginkan raihan prestasi akademis dalam masa pendidikannya. Motif ini nantinya akan mendorong pelajar tersebut untuk hanya memilih kegiatan atau hal-hal yang mendukung motivasi untuk berprestasi yang ada dalam dirinya. Sedangkan motif bergabung adalah ketika seseorang melakukan sesuatu karena ada beberapa faktor yang mendorong perilakunya. Tidak dapat dipungkiri bahwa terkadang seseorang tidak saja memiliki satu motivasi dalam salah bidang kehidupannya. Contohnya dalam bidang karir, seseorang yang ingin bekerja pada suatu

perusahaan dikarenakan untuk mendapatkan uang bisa juga memiliki motivasi untuk memperoleh teman baru, pengalaman baru atau tantangan baru.

2. Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik

Wade dan Tavris (2011: 144) menyebutkan mengenai pembagian motivasi yaitu motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi intrinsik yaitu suatu keinginan untuk melakukan suatu aktivitas atau meraih pencapaian tertentu semata-mata demi kesenangan atau kepuasan yang didapat dari melakukan aktivitas tersebut. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa motivasi intrinsik merupakan suatu dorongan yang berasal dari dalam diri individu yang menyangkut rasa senang atau puas dalam suatu aktivitas, dalam mencapai tujuan dari motivasi tersebut. Sedangkan motivasi ekstrinsik yaitu keinginan untuk mengejar suatu tujuan yang diakibatkan oleh imbalan-imbalan eksternal. Motivasi eksternal ini menggantungkan tujuan pada hal-hal yang ada di luar diri individu. Hal-hal yang ada di luar individu ini banyak macamnya, bisa bersifat untuk pemenuhan fisik individu atau psikisnya. Pemenuhan fisik ini dapat berupa makan, minum, seks, pakaian mewah atau pemenuhan lainnya yang dapat memenuhi kebutuhan jasmani seseorang. Sementara pemenuhan psikis bisa berarti pujian, pengakuan masyarakat, penilaian yang baik dari orang lain, dan pemenuhan lain yang dapat memberi kepuasan bagi seseorang.

3. Motivasi Berafiliasi

Lahey (2007: 374) mencantumkan salah satu jenis motivasi manusia, yaitu motivasi berafiliasi. Motivasi ini mendorong seseorang untuk menjalin hubungan dengan orang lain. Berafiliasi dengan orang lain memungkinkan seseorang untuk mendapatkan dukungan di saat-saat yang menghadapi kesulitan dalam hidup. Motivasi untuk berafiliasi merupakan motivasi yang mendorong manusia untuk secara aman berhubungan dengan orang lain, yang meliputi proses membangun, menjaga, mengembalikan kehangatan dan kedekatan, hubungan dengan orang lain (Santrock, 2006: 431). Heckhausen dan Heckhausen (2008: 185) memberikan definisi bahwa istilah afiliasi mengacu pada tingkatan interaksi sosial yang cukup mendasar, dengan tujuan untuk mendapatkan hubungan dengan orang yang belum dikenal atau yang cukup dikenal dan menjaga hubungan sehingga saling membahagiakan, mendorong, dan memperkaya. Sehingga jelas bahwa motivasi berafiliasi ini dapat berawal dengan orang yang belum dikenal sekalipun atau dengan orang yang telah dikenal sebelumnya. Berdasar penjelasan dari motivasi berafiliasi di atas, ini berarti setelah menjalin kontak/hubungan dengan orang lain, seorang individu perlu menjaga hubungannya dan tidak mengabaikan hubungan yang di awal sudah terbentuk. Untuk menjaga tingkat hubungan/kontak yang telah terjalin, individu yang menjalin hubungan dapat melakukan aktivitas atau hal-

hal yang menimbulkan kehangatan, kebahagiaan, dorongan atau dukungan, serta memperkaya hubungan yang telah terjalin.

Berdasarkan pengertian mengenai afiliasi di atas, dapat diketahui bahwa afiliasi merupakan bentuk dari interaksi sosial atau sosialisasi individu dengan lingkungan sekitarnya. Hanurawan (2010: 55) menuliskan bahwa proses sosialisasi berjalan secara berkelanjutan, mulai dari masa anak sampai dengan masa tua (*long life socialization*).

Manusia merupakan makhluk sosial yang ingin berafiliasi dalam banyak cara. Penelitian mengenai kebutuhan manusia untuk berafiliasi dilakukan oleh Kulik (dalam Passer dan Smith, 2007: 368). Penelitian tersebut dilakukan dalam rumah sakit. Dalam penelitian tersebut, pasien yang akan menjalani operasi bedah jantung menunjukkan keinginan yang kuat untuk memiliki teman sekamar yang sudah menjalani operasi daripada teman sekamar yang sama-sama belum menjalani operasi. Dilaporkan juga bahwa, ketika pasien yang belum menjalani operasi mendapatkan teman sekamar yang sudah menjalani operasi bedah, tingkat kecemasan pasien yang belum menjalani operasi menurun dan masa penyembuhan setelah operasi bedah jantung menjadi lebih cepat daripada yang teman sekamarnya sama-sama belum dioperasi.

Motivasi berafiliasi ini dapat diwujudkan melalui hubungan nyata dengan orang lain ataupun dapat diperoleh melalui media situs jejaring sosial di internet. Di dalam situs jejaring sosial terdapat berbagai

layanan yang memudahkan pengguna untuk menjalin hubungan dengan orang lain, karena memang tujuan utama dari pembuatan situs jejaring sosial adalah penyedia layanan untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Orang dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi ingin bekerja sama dan menghabiskan waktu bersama orang lain. Motif ini mendesak seseorang untuk berteman dan membuat teman mereka senang dengan tujuan mempertahankan hubungan pertemanan mereka (Friedman dan Schustack, 2011: 321).

Hill (dalam Passer dan Smith, 2007: 367) menjelaskan bahwa orang termotivasi untuk berafiliasi dengan orang lain karena 4 hal:

- a. Untuk memperoleh stimulasi positif dari orang lain.
- b. Untuk mendapat dukungan emosional dari orang lain.
- c. Untuk memperoleh perhatian dari orang lain.
- d. Untuk mengadakan perbandingan sosial dengan orang lain.

4. Motivasi untuk Diakui (*motive for social approval*)

Salah satu motif sosial yang diajukan oleh Shaffer (dalam Mahmud, 1990:199) adalah motif untuk diakui/diterima oleh pihak lain (*motive for social approval*). Motif ini berasal dari motif positif yang memberikan kesenangan dan dari terpuaskannya motif penghidupan. Anak yang baru lahir menerima semua pemuasan dari pihak lain, biasanya ibu atau juru rawat. Segera saja anak itu menghubungkan penampilan mereka dengan kesenangan. Hal ini dapat dilihat pada senyum kegirangannya bayi ketika melihat kehadiran ibunya, sebelum

ibu itu memberikan makanan atau perhatian. Setelah itu bahasa cinta dan senyum kasihnya menjadi stimulus yang didambakan anak. Untuk membangkitkan hal itu, anak belajar dengan *trial* dan *error* bertingkah laku dengan cara-cara tertentu. Nilai menjadi terlekat pada kasih sayang dan pujian karena hubungannya dengan perawatan yang lembut. Kalau motif ini lemah, orang bisa bertingkah laku antisosial. Kalau terlalu kuat, orang bisa mengubur keasliannya dan berusaha keras untuk menemukan dan melakukan hal-hal yang benar.

Franken (2007: 41) juga memberikan pendapat yang serupa dengan Shuffer bahwa mencari penerimaan secara sosial dan menghindari penolakan secara sosial adalah motivasi yang penting bagi manusia. Franken mencantumkan penelitian eksperimen mengenai penerimaan sosial dengan hadiah berupa uang, makanan, pakaian, kasih sayang dan juga izin untuk menonton televisi. Hasilnya adalah, secara signifikan penerimaan sosial memberi pengaruh yang kuat bagi perilaku seseorang. Penelitian yang serupa juga dilaksanakan untuk menguji antara penolakan sosial dengan ganjaran berupa penarikan uang, makanan, pakaian, kasih sayang, dan izin menonton televisi. Hasilnya ternyata, orang lebih menghindari penolakan sosial daripada penarikan uang, makanan, pakaian, atau izin menonton televisi.

e. Teori Motivasi

1. Teori Belajar Sosial

Santrock (2006: 431) menyebutkan bahwa motif sosial merupakan kebutuhan dan hasrat yang dapat dipelajari melalui pengalaman dengan dunia sosial. Kebanyakan dari pembelajaran yang dilakukan manusia, diperoleh melalui mengobservasi perilaku orang lain dalam konteks sosial, atau disebut dengan teori pembelajaran sosial (Wade dan Tavris, 2007: 272). Menurut Atkinson, dkk (1996: 56) teori belajar sosial menekankan pada interaksi antara perilaku dan lingkungan yang memusatkan diri pada pola perilaku yang dikembangkan individu untuk menguasai lingkungan dan bukan pada dorongan naluriah. Manusia tidak didorong oleh kekuatan internal, dan tidak bereaksi pasif terhadap stimulasi eksternal. Teori ini menekankan makna penting proses kognitif. Sehingga kita dapat memperkirakan kemungkinan akibat tindakan kita dan kemudian mengubah perilaku kita karena kita dapat berpikir dan menggambarkan situasi secara simbolik. Pada teori ini, motivasi berperilaku juga dapat dimunculkan karena belajar dari orang lain atau dari observasi atas akibat yang ditimbulkan oleh suatu perilaku. Beberapa respon memberikan hasil yang menyenangkan, dan respon yang lain memberikan hasil yang tidak menyenangkan. Melalui proses pembedaan penguat ini, orang memilih perilaku yang memberikan hasil yang menyenangkan dan menolak perilaku yang lain.

Pendapat yang serupa juga dituliskan oleh Passer dan Smith (2007: 225), yang menekankan bahwa manusia juga belajar pada lingkungannya dengan cara mengamati perilaku dari orang-orang disekitar (model) sehingga individu percaya bahwa dia juga bisa melakukan perilaku yang sama. Pada teori ini, motivasi berperilaku juga dapat dimunculkan karena belajar dari orang lain atau dari observasi atas akibat yang ditimbulkan oleh suatu perilaku. Beberapa respon memberikan hasil yang menyenangkan, dan respon yang lain memberikan hasil yang tidak menyenangkan. Melalui proses pembedaan penguat ini, orang memilih perilaku yang memberikan hasil yang menyenangkan dan menolak perilaku yang lain.

Teori belajar sosial yang dikembangkan oleh Bandura (dalam Yusuf dan Nurihsan, 2008: 132) memiliki asumsi bahwa:

1. Manusia pada hakikatnya adalah makhluk yang sadar, berpikir, merasa dan mengatur tingkah lakunya sendiri. Dengan demikian manusia merupakan makhluk yang dapat memilih perilakunya sendiri. Manusia tidak begitu saja dapat dikendalikan dan dimanipulasi oleh lingkungan sepenuhnya.
2. Kepribadian berkembang dalam konteks sosial, interaksi antara satu sama lainnya. Kepribadian manusia merupakan hasil interaksi timbal balik antara lingkungan dan faktor internal dari individu yang meliputi kognisi, persepsi, dan hal lain dalam diri individu.

Teori belajar sosial juga menekankan makna penting belajar dari orang lain, atau belajar melalui observasi. Beberapa pola perilaku dipelajari melalui pengamatan terhadap perilaku orang lain. Para pakar teori belajar sosial menekankan peran model dalam menularkan perilaku tertentu maupun respon emosional. Namun proses mental seperti sikap, kepercayaan, harapan, mempengaruhi cara mereka memperoleh informasi, membuat keputusan, melakukan penalaran, dan menjawab masalah.

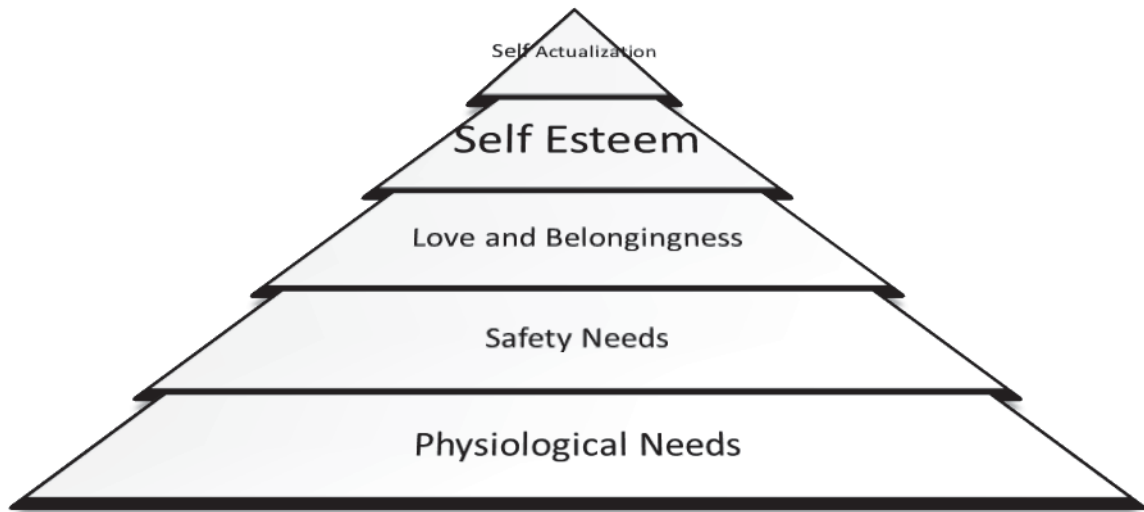
Penekanan lain dari teori belajar sosial adalah makna penting proses pengaturan diri. Suatu perilaku tertentu menimbulkan akibat eksternal, tetapi juga menimbulkan reaksi evaluasi diri. Orang menentukan standar tingkah laku atau penampilannya sendiri, dan menanggapi perilaku mereka dengan cara berpuas diri atau kritik diri, tergantung pada bagaimana kaitan perilaku tersebut dengan standar mereka. Jadi, penguatan bias bersifat eksternal atau internal (evaluasi diri). Kadang-kadang kedua sumber penguatan ini saling mendukung, dan kadang-kadang saling bertentangan. Orang bisa memperoleh ganjaran sosial atau finansial untuk perilaku yang tidak sesuai dengan standar dirinya.

Teori belajar sosial ini sekarang lebih populer dengan istilah teori kognitif sosial (Ormrod, 2008: 4). Teori belajar sosial ini berakar pada behaviorisme dan dengan demikian juga membahas pengaruh-pengaruh penguatan dan hukuman dalam batas tertentu. Meski demikian, selama

beberapa dekade terakhir, teori ini memasukkan proses-proses kognitif ke dalam penjelasannya tentang belajar, karenanya dinamakan teori kognitif sosial (Ormrod, 2008: 4).

2. Teori Kebutuhan Maslow

Abraham Maslow, seorang tokoh Humanis dalam literatur psikologi mengajukan suatu hirarki mengenai kebutuhan atau *needs* yang mendorong manusia untuk melakukan suatu tindakan. Dalam hirarki kebutuhan Maslow (dalam Fieldman, 2009: 293) terdapat 5 kebutuhan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Kebutuhan pertama, yang paling mendasar dalam piramida kebutuhan Maslow adalah kebutuhan yang berhubungan dengan tubuh atau fisik manusia (*physical needs*), seperti kebutuhan untuk makan, minum, atau tidur. Kebutuhan selanjutnya adalah kebutuhan akan rasa aman (*safety needs*) dalam hidup atau tempat tinggalnya. Setelah kebutuhan akan rasa aman, terdapat kebutuhan akan cinta dan kasih sayang (*love and belongingness*) yang dapat diperoleh dari lingkungan atau orang-orang disekitar. Kebutuhan akan cinta dan kasih sayang ini juga dapat dipenuhi dengan cara membagikan cinta dan kasih sayang yang dimiliki oleh seseorang kepada orang lain. Baumister dan Leary (dalam Passer dan Smith) berpendapat bahwa kebutuhan akan kasih sayang merupakan motivasi yang kuat dan sangat mendalam bagi seseorang.



Gambar 2.1
Piramida kebutuhan Maslow

Kebutuhan ke-4 yang harus dipenuhi dalam hidup seseorang menurut Maslow adalah kebutuhan akan penghargaan diri (*self esteem*). Kebutuhan akan harga diri ini merupakan kebutuhan akan harga diri dan juga pengakuan dan penghargaan orang lain dan lingkungan mengenai kompetensi atau keahlian seseorang. Seperti yang diungkapkan oleh Rakhmat (2008: 39) bahwa kebutuhan akan penghargaan diri ini merupakan kebutuhan untuk menunjukkan eksistensi di dunia. Manusia ingin kehadirannya bukan hanya dianggap sebagai bilangan, namun juga diperhitungkan. Maslow (dalam Goble, 2002: 76) memberi rincian kebutuhan akan harga diri ini dapat berupa kepercayaan diri, kompetensi, penguasaan, prestasi, ketidaktergantungan, dan kebebasan. Penghargaan dari orang lain

meliputi prestise, pengakuan, penerimaan, perhatian, kedudukan, nama baik serta penghargaan.

Tingkat kebutuhan tertinggi dalam piramida Maslow adalah aktualisasi diri (*self actualization*). Aktualisasi diri merupakan pemenuhan keadaan dari seseorang untuk menyalurkan bakat atau potensi tertingginya dengan cara yang unik. Seperti juga yang dituliskan oleh Slavin (2009: 289) aktualisasi diri merupakan "...hasrat untuk menjadi seperti apa yang diinginkan oleh seorang individu". Proses aktualisasi adalah perkembangan atau penemuan jati diri dan mekarnya potensi yang ada atau yang terpendam. Ciri-ciri dari aktualisasi diri (Goble, 2002: 51-52) adalah kemampuan untuk melihat hidup secara jernih, melihat hidup apa adanya bukan berdasar keinginan mereka sendiri. Orang yang mengaktualisasikan diri mampu menembus dan melihat realitas-realitas tersembunyi serba membingungkan secara lebih gesit dan lebih tepat dibandingkan rata-rata orang.

Kebutuhan ini bekerja dari kebutuhan yang paling mendasar dalam piramida sampai kebutuhan yang paling tinggi dalam piramida (Lihat gb.1). Hal ini berarti untuk mengaktifkan suatu kebutuhan, misalnya kebutuhan kasih sayang, maka harus mengaktifkan kebutuhan yang sebelumnya yaitu kebutuhan akan rasa aman. Sehingga rasa aman terlebih dahulu perlu terpenuhi agar kebutuhan akan cinta dan kasih sayang menjadi aktif.

f. Faktor Pendorong dalam Menggunakan Facebook

Faktor pendorong dalam menggunakan Facebook merupakan hal-hal yang dapat mengarahkan, mendorong, dan memberi energi bagi individu untuk mulai menggunakan Facebook dan tetap menggunakan Facebook.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Joinson, diperoleh hasil mengenai faktor apa saja yang dapat mendorong seseorang dalam menggunakan Facebook. Dari penelitian tersebut diketahui ada 7 faktor utama dalam penggunaan dan motif mengakses Facebook. Faktor tersebut meliputi: koneksi sosial, berbagi identitas, fotografi, konten Facebook, investigasi sosial, berselancar (*surfing*) di jejaring sosial, dan memperbaharui (*update*) status.

Koneksi sosial merupakan faktor yang dapat diindikasikan melalui: mencari tahu apa yang sekarang ini dilakukan oleh teman lama, berhubungan kembali dengan orang-orang yang sudah lama kehilangan kontak, menjaga hubungan dengan orang lain agar tidak kehilangan kontak dengan mereka, mendapat teman baru, menemukan orang-orang yang baru sebentar saja tidak terlihat, menjaga hubungan dengan orang-orang yang jarang bertemu, berhubungan dengan teman-teman yang jarang ada di rumah. Berdasarkan indikasi yang menyusun faktor koneksi sosial dapat disimpulkan bahwa kegiatan inti dari koneksi sosial adalah berafiliasi dengan orang lain. berafiliasi merupakan termasuk motivasi yang penting bagi manusia seperti yang telah diungkapkan dalam penelitian Kulik (Passer dan Smith, 2007: 368).

Berbagi identitas dalam penelitian Joinson dapat diindikasikan melalui membuat even atau bergabung dengan suatu even dalam Facebook, bergabung dengan kelompok atau grup, dan berkomunikasi lewat Facebook dengan orang-orang yang sepemikiran. Dengan kata lain, berbagi identitas merupakan salah satu bentuk dari pengungkapan diri seseorang sebagai upaya dalam mendapat pengakuan dari lingkungan sekitar. Dalam teori Maslow, upaya mendapatkan pengakuan dari lingkungan sekitar merupakan kebutuhan ke-4 (kebutuhan akan harga diri) dalam piramida kebutuhan Maslow (dalam Goble, 2002: 76).

Seperti halnya berbagi identitas, faktor fotografi dapat dikatakan adalah upaya untuk mendapatkan penerimaan atau pengakuan dari lingkungan sekitar. Hal ini disebabkan karena dalam aktifitas fotografi, seseorang akan menyebarkan foto mengenai dirinya sendiri atau kelompok pertemanannya. Sehingga orang lain nantinya juga dapat mengetahui deskripsi fisik maupun aktivitas dari pemilik foto.

Konten yang dimaksud adalah aplikasi-aplikasi yang terdapat dalam Facebook, permainan (*game*), juga aktivitas untuk menambahkan aplikasi baru, bermain kuis. Aplikasi, permainan (*game*), maupun kuis merupakan nilai tambah yang ada dalam situs jejaring Facebook. Hal ini merupakan faktor yang ada di luar diri individu. Dapat artikan bahwa menggunakan Facebook karena termotivasi oleh faktor ekstrinsik. Salah satu indikasi dari faktor konten adalah menambahkan aplikasi baru yang serupa karena teman-teman telah menambahkan aplikasi baru. Berdasarkan teori belajar sosial,

aktivitas ini merupakan hasil belajar individu dari lingkungan di sekitarnya. Individu melakukan aktivitas serupa karena telah mengetahui bahwa orang-orang disekitarnya juga telah melakukan hal yang sama.

Investigasi sosial merupakan kegiatan yang diindikasikan dengan melihat orang lain secara virtual, menggunakan layanan ‘*search*’ untuk mencari orang-orang yang diinginkan, bertemu dengan orang-orang baru, berburu berita orang lain. Dari indikator faktor investigasi sosial diketahui bahwa aktivitasnya merupakan bentuk dari upaya untuk berinteraksi dengan orang lain.

Berselancar (*surfing*) di jejaring sosial adalah faktor yang dapat diindikasikan dengan melihat-lihat profil orang-orang yang tidak dikenal, melihat-lihat daftar pertemanan milik orang lain, mencari tahu teman dari teman-teman pribadi, yang kesemuanya dapat dikatakan sebagai ketertarikan individu terhadap jalinan relasi orang lain.

Memperbaharui (*update*) status yang meliputi memperbaharui status pribadi, melihat-lihat kolom berita (beranda), dan melihat-lihat status orang lain mempunyai kaitan dengan kebutuhan individu dalam aktualisasi diri. Kolom status yang disediakan dalam situs Facebook memungkinkan seseorang untuk mengeluarkan apa yang ada dalam benaknya sesuai dengan kondisi, minat, atau pengalaman seseorang. Selain itu, dengan melihat-lihat status orang lain, individu dapat belajar mengenai apa yang dipikirkan oleh orang lain mengenai suatu opini, kejadian, atau kasus yang tengah berkembang.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Urista, Dong, dan Day dengan judul “*Explaining Why Young Adults Use Myspace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory*” dengan subjek sebanyak 50 orang. Dalam penelitian tersebut dihasilkan jawaban mengenai sejauh mana orang dewasa menggunakan situs jejaring sosial (MySpace dan Facebook) untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Jawaban tersebut dikelompokkan pada 5 tema utama yaitu:

1. Komunikasi yang efisien
2. Komunikasi yang nyaman
3. Rasa khawatir akan orang lain
4. Popularitas
5. Pembentukan hubungan dan penguatan jalinan hubungan

4. Mahasiswa

Definisi yang diajukan oleh Lusikooy mengenai mahasiswa adalah (Noviyanti, 2007: 32):

“tenaga ahli yang disiapkan oleh perguruan tinggi yang rata-rata memasuki perguruan tinggi pada usia 19-21 tahun dan diharapkan dengan lamanya pendidikan program strata satu yaitu empat tahun, mereka kelak akan menjadi sarjana yang memiliki kepribadian yang utuh dilandasi oleh nilai-nilai atau norma pancasila serta memiliki konsep tentang dirinya, bangsanya, dan negara serta semangat kebangsaan dan semangat pembangunan”.

5. Penelitian Terdahulu yang Relevan

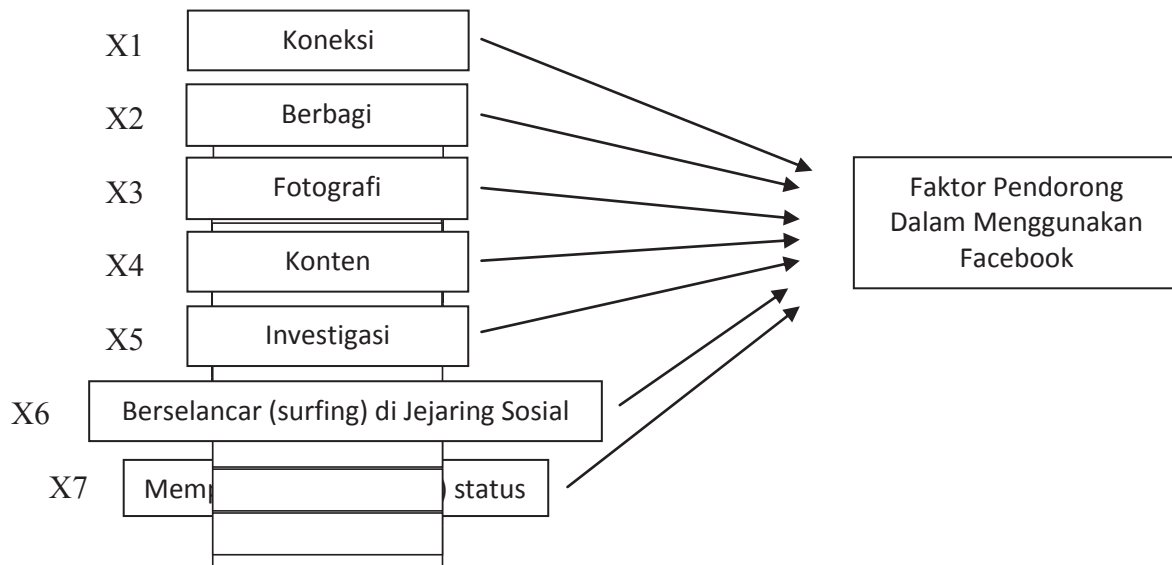
Sebuah penelitian mengenai dampak dari jumlah teman dan presentasi diri dalam situs Facebook terhadap kesehatan seseorang, pernah dilakukan oleh Kim dan Lee (2011: 3-4). Penelitian ini menggunakan 391 mahasiswa di Universitas Midwestern dengan 28,1% jumlahnya adalah berjenis kelamin laki-laki sedangkan jumlah mahasiswa perempuan sebanyak 71,9%, dengan usia rata-rata 19 tahunan. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa jumlah teman dalam Facebook memiliki korelasi positif terhadap tingkat kesehatan seseorang. Jumlah teman dalam Facebook berkorelasi positif dengan kesehatan seseorang dikarenakan adanya visualisasi dari pertemanan dalam Facebook yang mengingatkan adanya hubungan atau koneksi yang terjalin antar users, sehingga semakin menguatkan dan meningkatkan perasaan berharga dalam diri seseorang. Namun korelasi yang terjadi bergantung pada peran dari dukungan sosial yang diperoleh dari teman dalam Facebook.

B. Kerangka Teoritik

Faktor pendorong dalam menggunakan Facebook merupakan hal-hal yang dapat mengarahkan, mendorong, dan memberi energi bagi individu untuk mulai menggunakan Facebook dan tetap menggunakan Facebook.

Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Joinson. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Joinson, terdapat 7 faktor utama yang mendorong seseorang dalam menggunakan

Facebook. Faktor tersebut meliputi koneksi sosial, berbagi identitas, fotografi, konten Facebook, investigasi sosial, berselancar (*surfing*) di jejaring sosial, memperbaharui (*update*) status. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, maka dapat dibuat kerangka teoritik seperti dibawah ini:



Dari kerangka di atas, dapat dikatakan bahwa koneksi sosial, berbagi identitas, fotografi, konten Facebook, investigasi sosial, berselancar (*surfing*) di jejaring sosial, memperbaharui status dapat memberikan kontribusi bagi faktor pendorong dalam menggunakan Facebook.

Koneksi sosial dapat diindikasikan melalui: mencari tahu apa yang sekarang ini dilakukan oleh teman lama, berhubungan kembali dengan orang-orang yang sudah lama kehilangan kontak, menjaga hubungan dengan orang lain agar tidak kehilangan kontak dengan mereka, mendapat teman baru, menemukan orang-orang yang baru sebentar saja tidak terlihat, menjaga

hubungan dengan orang-orang yang jarang bertemu, berhubungan dengan teman-teman yang jarang ada di rumah.

Berbagi identitas merupakan faktor yang diindikasikan melalui membuat even atau bergabung dengan suatu even dalam Facebook, bergabung dengan kelompok atau grup, dan berkomunikasi lewat Facebook dengan orang-orang yang sepemikiran.

Fotografi meliputi melihat-lihat foto dalam situs Facebook, ditandai (*di-tag*) dalam foto, menandai (*men-tag*) foto, dan berbagi foto dengan pengguna yang lainnya.

Konten Facebook yang dimaksud adalah aplikasi-aplikasi yang terdapat dalam Facebook, permainan (*game*), juga aktivitas untuk menambahkan aplikasi baru, bermain kuis.

Investigasi sosial merupakan kegiatan yang diindikasikan dengan melihat orang lain secara virtual, menggunakan layanan '*search*' untuk mencari orang-orang yang diinginkan, bertemu dengan orang-orang baru, dan berburu berita orang lain.

Berselancar (*surfing*) di jejaring sosial adalah faktor yang dapat diindikasikan dengan melihat-lihat profil orang-orang yang tidak dikenal, melihat-lihat daftar pertemanan di akun milik orang lain, dan mencari tahu teman dari teman-teman pribadi.

Adapun faktor memperbaharui (*update*) status meliputi memperbaharui status pribadi di akun Facebook, melihat-lihat kolom berita (*beranda*), dan melihat-lihat status Facebook milik orang lain.