BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wacana Facebook sekarang telah menjadi suatu bahasan yang sangat hangat untuk terus diangkat dalam komunikasi publik yang memang berkaitan langsung dengan kehidupan modernisasi teknologi dalam era yang seakan meminimalisisr jarak dan waktu. Ungkapan semakin tinggi pohon tumbuh maka semakin tinggi pula angin yang akan menerjangnya, sepertinya cocok untuk di istilahkan pada fenomena facebook sekarang ini. Bagaimana tidak, kontroversial pemakaian facebook sangat kentara dengan nilai-nilai budaya sosial dan bahkan agama juga turut menunjukan posisinya sebagai pengontrol bidang sosial di dalamnya. Fatwa haram pemakaian facebook pun sempat terjadi dan tidak sedikit yang mempertanyakan bahkan menolaknya.

Fatwa haram atas situs jejaring sosial Facebook bermula dari Forum Musyawarah Pondok Pesantren Putri (FMP3) se-Jawa Timur di Pondok Pesantren Putri Hidayatul Mubtadien, Lirboyo, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur, yang mengharamkan komunikasi dua orang berlainan jenis yang bukan muhrim. Fatwa ini kemudian memunculkan banyak kecaman dan kritik dari para pengguna Facebook di Indonesia. Apalagi Majelis Ulama Indonesia (MUI) pusat tidak secara terang-terangan menerima atau menolak fatwa haram tersebut. Menarik untuk memberikan interpretasi dan mengkritisi

fatwa haram tersebut terutama hubungannya dengan Facebook (juga internet) yang keberadaannya semakin tidak terbendung di tengah-tengah kita.

Pertama, tentang munculnya fatwa haram itu sangat dimungkinkan dilatarbelakangi oleh sikap kehati-hatian mereka dalam melihat situs jejaring sosial Facebook ini yang barangkali dianggap justru lebih banyak mendatangkan mudarat daripada maslahatnya dan dikhawatirkan dapat meningkatkan tindakan kemaksiatan, kejahatan, dan kezaliman. Tetapi kalau ternyata banyak nilai positifnya, maka fatwa tersebut harus direvisi kembali. Dalam kaidah fikih, status hukumnya dianggap *mubah* (boleh), karena termasuk dalam persoalan non-ibadah.

Kedua, tentang Facebook yang semakin diminati oleh para penggunanya itu merupakan salah satu realitas teknologi yang tak terbantahkan adanya di dunia maya (internet) dan akan terus berkembang sebagai salah satu hasil kreatif yang mengagumkan yang diciptakan oleh seorang anak muda jebolan Universitas Harvard, Cambridge , Mark Elliot Zuckerberg (25 tahun).

Sedangkan bagi mereka yang tetap alergi terhadap Facebook dan bersiteguh pada fatwa haramnya, sebenarnya mereka mengidap "kemalangan teknologi" atau yang disebut Paul Saffo sebagai rabun dekat teknologi (*technomyopia*). Seperti yang dikutip oleh Robby H. Abror dalam blognya menyatakan, bahwa "*Technomyopia* adalah semacam penyakit buruk sangka yang terlalu tinggi atas dampak-dampak negatif dari sebuah teknologi baru." (http://robbyabror.wordpress.com/2009/06/14/facebook-realitas-teknologi-masyarakat-informasi/21.09/15 Juni 2010).

Skeptisitas yang cukup untuk tidak menyentuh internet bagi sebagai orang pada dasarnya merupakan pikiran yang terlalu sempit dengan melihat buruknya dampak tanpa melihat nilai positif yang juga ditimbulkan. Cukup sulit mengakuinya, tetapi apa daya sikap meremehkan atas implikasi-implikasi penting positifnya sudah telanjur diimani demi sebuah fatwa. Pendek kata, budaya miopik tidak baik untuk "kesehatan" iman dan bersifat reduksionistik.

Sebaliknya, Zuckerberg telah melakukan "ijtihad teknologi" untuk sampai pada tingkat kematangan kreativitasnya di usia belia setelah melewati beberapa percobaan penting. Sebagai catatan, bahwa meskipun ia kuliah di jurusan Psikologi, tetapi minatnya tetap terkonsentrasi di bidang komputer. Awalnya ia membuat program *Synapse* (program pemutar musik dan sekaligus untuk melacak selera musik para pemutarnya), kemudian membuat program *Coursematch* (para mahasiswa dapat menuliskan mata kuliah mereka dan melihat siapa saja teman-temannya yang mengambil mata kuliah itu), lalu menciptakan *Facemash* (ia bisa mengambil foto-foto teman-temannya yang terdaftar di Universitasnya). Ia pernah dihukum gara-gara menciptakan program Facemashnya itu, tetapi ia tidak putus asa dan terus mengembangkannya menjadi *Facebook*. Kini anak itu telah menjadi triliuner termuda dengan kekayaan mencapai 14 triliun rupiah.

Agar memperoleh gambaran objektif tentang Facebook sebagai bagian dari situs jejaring sosial di dunia maya, penting kiranya memahami filosofi para pakar teknologi informatika (TI) dan komunikasi yang meyakini bahwa satu-satunya hal yang tidak pernah berubah dalam teknologi dan industri

komunikasi adalah fakta bahwa teknologi dan industri itu terus berubah. Keduanya adalah realitas teknologi sekaligus realitas sosial yang senantiasa bertransformasi dan berada dalam sebuah *process of becoming* yang berlangsung terus-menerus.

Setelah Radio amatir gelombang pendek (1920-an), Radio antarpenduduk/ *Citizen* Band (1970-an), Radio AM/FM, TV kabel dan digital, *Video Game*: Nintendo dari Jepang dan Game Online, telepon kabel, telepon seluler dan SMS-nya, komputer dan segala program terbarunya, saat ini internet merupakan teknologi mutakhir yang berhasil menyedot hasrat manusia dari berbagai latar belakang sosial untuk ikut berpartisipasi di dalamnya. Internet adalah bukti kemajuan teknologi komunikasi yang menyediakan layanan terbuka dalam hal pengiriman, penyimpanan dan pemrosesan teks, suara, gambar dan data lain, yang telah mengubah apa yang sebelumnya pernah dianggap tidak mungkin dalam dunia manajemen informasi. Saat ini dunia telah benar-benar berada dalam penguasaan ujung jari para penggunanya.

Di ruang *cyber*, Facebook adalah salah satu situs jejaring sosialnya yang saat ini paling diminati banyak penggunanya. Setiap detik perubahan terjadi demikian cepat. Setiap pengguna dapat berbagi tentang apa saja yang sedang dilakukannya pada saat terkini atau kapanpun dan tersebar secara otomatis kepada teman-temannya yang telah terkait. Dalam waktu singkat mereka dapat melakukan komunikasi interpersonal, berinteraksi atau *curhat* dalam berbagai

ragam bahasa gaul atau ilmiah serta tidak tergantung pada usia, budaya, ataupun negara.

Komunikasi model ini termasuk bentuk komunikasi individual berupa pertukaran informasi dua-arah yang dikategorisasikan oleh Roger Fidler (2003) ke dalam domain interpersonal yang bersifat spontan dan interaktif. Interaksi ini bisa dilakukan dengan menggunakan fasilitas *chatting online*, *private message*, atau pun melalui wall dengan kelanjutan comment statusnya melalui Facebook.

Dalam interaksi dalam dunia *cyber* sudah barangtentu biasa terjadi berbagai masalah, seperti yang sering dialami penggunanya, di antaranya kecanduan *online* yang mengakibatkan mata lelah dan berujung pada apa yang disebut Assafa Endeshaw (2007) dengan *technostress.* Selain itu, juga terjadi terorisme-*cyber* yang dilakukan para *hacker* untuk melakukan '*smurf attack'* atau pembajakan sebuah jaringan komputer dan merusak sistem infrastruktur interkoneksi antarkomputer.

Tetapi terlepas dari persoalan tersebut, teknologi ini adalah jaringan jalan raya informasi dan komunikasi yang bebas hambatan yang memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk berselancar di ombak pengetahuan informasi yang sangat luas. Realitas teknologi adalah juga realitas sosial yang majemuk dan kompleks. Terlalu sempit melihat realitas tersebut dalam model oposisi biner: halal-haram, hitam-putih, suka-tidak suka. Realitas ini dihadirkan dengan sentuhan estetis dan kreatif, bukan untuk malaikat yang bebas dosa. Fatwa lahir karena hukum agama yang berkontekstualisasi dengan

realitas itu. Tetapi jamak diketahui, bahwa sebuah fatwa diproduksi hukum yang *rigid* dan seringkali acuh terhadap dialog yang lebih terbuka. Sikap kehati-hatian memang diperlukan, dengan membuat semacam *cyberlaw* atau hukum internet.

Jaringan sosial di dunia nyata adalah berhubungan dengan orang lain atau kolega, dan menggunakan mereka untuk bertemu orang baru. Di dunia maya prinsipnya sama saja, namun kekuatan teknologi memberikan keuntungan lain. Yakni, kita tidak terhalang lagi oleh tempat dan ruang. Kita bisa melihat profil orang dan mengirim e-mail kapan saja dan dari komputer mana saja.

Bahkan , kadang, berkomunikasi lewat dunia maya ini terasa lebih nyaman dan lengkap dibandingkan berkomunikasi secara langsung dengan bertatap muka. Di “Facebook” misalnya, selain menyajikan tampilan profile (dan tentu saja dengan adanya foto) dari orang-orang yang sudah berada di jaringan perkawanan penggunanya, juga disediakan fasilitasuntuk mencari teman-teman baru atau lama melalui persamaan yang dimiliki. Selain itu , disediakan fasilitas untuk saling berkirim pesan antar anggota.

“Facebook” memiliki sejumlah fitur antar sesama pengguna yang di antaranya adalah fitur ‘Wall/Dinding’, ruang tempat sesama pengguna mengirimkan pesan-pesan terbuka, ‘Poke/Colek’, sarana untuk saling mencolek secara virtual, ‘Photos/Foto’ ruang untuk memasang foto, dan ‘Status’ yang menampilkan kondisi/ide terkini pengguna. Mulai Juli 2007, Facebook mengizinkan pengguna untuk mengirim berbagai lampiran (tautan,

aplikasi, dsb) langsung ke Wall/Dinding, di mana sebelumnya yang diizinkan hanya teks saja.

Dengan adanya fasilitas yang disediakan oleh “Facebook” tersebut akan mempermudah komunikasi interpersonal antara pengguna “Facebook” satu sama lain, dimana “Komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau diantara kelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan umpan balik seketika.” (Effendy, 2003:60).

Jadi dapat dikatakan bahwa “Facebook” merupakan tahap awal dari komunikasi yang terjadi, dimana tidak sedikit para pengguna “Facebook” yang berkenalan lewat “Facebook” kemudian lebih saling mengenal secara pribadi tidak hanya lewat dunia maya tetapi juga pada kehidupan nyata.

Suatu komunikasi dapat dikatakan efektif apabila individu berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya. Oleh karena itu peneliti hendak meneliti efektifitas komunikasi interpersonal terhadap kepuasaan mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik Unversitas Komputer Indonesia melalui media “Facebook”, karena “Facebook” mempunyai tujuan ingin membuat anggotanya tetap berhubungan dengan teman-temannya yang salah satu merupakan bentuk komunikasi interpersonal.

Dipilihnya “Facebook” sebagai objek penelitian dikarenakan kepopuleran “Facebook” yang telah meluas hingga ke Indonesia dimana rata-rata pengguna “Facebook” adalah mereka yang berusia 18-25 tahun, karena pada usia tersebut menurut para ahli psikologi perkembangan masih

digolongkan pada remaja lanjut. Seseorang pada remaja lanjut sedang berada pada proses melepaskan diri dari ketergantungan secara emosional dari orang dekat dalam hidupnya. Fungsi-fungsi psikis lebih stabil dan terkendali. Pada tahap ini, remaja lanjut telah mampu mengungkapkan pendapat dan perasaannya dengan sikap yang sesuai dengan lingkungan dan kebebasan emosional.

Remaja lanjut telah memilki pengetahuan yang baik dalam menerima informasi dan memiliki sifat ingin tahu yang cenderung berlebihan tanpa proses seleksi yang rasional, sehingga keinginan untuk merealisasikan pesan yang ditangkap dalam tindakan nyata begitu besar. Hal tersebut menimbulkan perilaku konsumtif pada remaja dan gejala awal munculnya gaya hidup remaja yang serba instan dengn dukungan teknologi dengan aksesibilitas yang cepat dan mengeliminir ruang gerak dan waktu yang mengikat. Mahasiswa sebagai salah satu bagian pemakai facebook yang di dominasi oleh orang-orang yang memiliki akses dengan bidang teknologi seperti halnya mahasiswa, merupakan *primer user* dari sekian banyak pengguna facebook.

Dengan melihat banyaknya aktifitas yang berjalan antara mahasiswa dan media layanan yaitu jejaring sosial Facebook ini, maka timbulah keinginan penulis untuk mengukur sejauhmana efektifitas komunikasi interpersonal dalam mendapatkan kepuasaan bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia jurusan Ilmu Komunikasi.Universitas Komputer Indonesia memiliki Pusat Komputer atau yang biasa disebut *Cyber Net* yang dapat digunakan mahasiswa untuk mengakses internet.

Dari berbagai penjelasan diatas maka penulis dapat rumusan masalah dari penelitian ini, yakni "**Sejauhmana efektifitas komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasaan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?**"

1.2 Identifikasi Masalah

Seperti yang telah diketahui diatas bahwa perumusan masalah penulis masih suatu pertanyaan yang sangat luas, maka untuk memberi arah pada penulisan ini, penulis menyusun identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Sejauhmana keterbukaan (*openness*) komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasaan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?
2. Sejauhmana empati (*empathy*) komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasaan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?
3. Sejauhmana mendukung (*supportiveness*) komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?

4. Sejauhmana positif (*positiveness*) komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?
5. Sejauhmana kesetaraan (*equality*) komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?
6. Sejauhmana efektifitas komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kualitas produk facebook sebagai media mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?
7. Sejauhmana efektifitas komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kualitas pelayanan facebook sebagai media mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?
8. Sejauhmana efektifitas komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kemudahan menggunakan facebook sebagai media mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?
9. Sejauhmana efektifitas komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasaan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud yang ingin dicapai penulis dalam penulisan skripsi ini, yakni ingin mengetahui adannya korelasional antara efektifitas komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasaan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui keterbukaan (*openness*) komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasaan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?
2. Untuk mengetahui empati (*empathy*) komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasaan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?
3. Untuk mengetahui mendukung (*supportiveness*) komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?
4. Untuk mengetahui positif (*positiveness*) komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasan interaksi mahasiswa Ilmu

Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?

5. Untuk mengetahui kesetaraan (*equality*) komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung?
6. Untuk mengetahui efektifitas komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kualitas produk facebook mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung.
7. Untuk mengetahui efektifitas komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kualitas pelayanan facebook mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung.
8. Untuk mengetahui efektifitas komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kemudahan menggunakan facebook mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung.
9. Untuk mengetahui efektifitas komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasaan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pengembangan ilmu dan rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya sehingga dapat menunjang perkembangan dalam bidang Ilmu Komunikasi.
b. Sebagai pengetahuan dan dapat dijadikan bahan literatur bagi mahasiswa program ilmu komunikasi
c. Dapat memberikan gambaran secara garis besar mengenai Facebook sebagai media online khususnya dimasa yang akan datang.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat tentang media “Facebook” dan cara mengatasi keefektifitasannya.
b. Menambah wawasan peneliti mengenai keefektifitasan “Facebook” sebagai media komunikasi.
c. Memberi masukan bagi “Facebook” dan para penggunanya akan keefektifitasannya.
d. Berguna sebagai masukan bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian mengenai masalah serupa di masa yang akan datang.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Efektif memiliki arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah Efektifitas. Menurut Onong Uchjana Effendy mendefinisikan Efektifitas sebagai berikut: "Komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan." (Effendy, 1989: 14).

Devito menjelaskan mengenai efektivitas komunikasi interpersonal dalam lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu "Keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*)." (Devito, 1997: 259).

1. Keterbukaan (*Openness*)

   Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya.memang ini mungkin menarik, tapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut.

   Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang

datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Kita ingin orang bereaksi secara terbuka terhadap apa yang kita ucapkan. Dan kita berhak mengharapkan hal ini. Tidak ada yang lebih buruk daripada ketidak acuhan, bahkan ketidaksependapatan jauh lebih menyenangkan. Kita memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain.

Aspek ketiga menyangkut "kepemilikan" perasaan dan pikiran. Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah memang milik anda dan anda bertanggungjawab atasnya. Cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini adalah dengan pesan yang menggunakan kata Saya (kata ganti orang pertama tunggal).

2. Empati (*empathy*)

Empati sebagai kemampuan seseorang untuk 'mengetahui' apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu. Bersimpati, di pihak lain adalah merasakan bagi orang lain atau merasa ikut bersedih. Sedangkan berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya, berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama. Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain,

perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang.

Kita dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun non verbal. Secara nonverbal, kita dapat mengkomunikasikan empati dengan memperlihatkan (1) keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai; (2) konsentrasi terpusat meliputi komtak mata, postur tubuh yang penuh perhatian, dan kedekatan fisik; serta (3) sentuhan atau belaian yang sepantasnya.

3. Sikap mendukung (*supportiveness*)

   Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (supportiveness). Suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan karya Jack Gibb. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap (1) deskriptif, bukan evaluatif, (2) spontan, bukan strategic, dan (3) provisional, bukan sangat yakin.

4. Sikap positif (*positiveness*)

   Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara: (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal

terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri.

Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

5. Kesetaraan (*Equality*)

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai. Lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya,, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Dalam suatu hubungan interpersonal yang ditandai oleh kesetaraan, ketidaksependapatan dan konflik lebih dillihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain.kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti kita

menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl rogers, kesetaraan meminta kita untuk memberikan "penghargaan positif tak bersyarat" kepada orang lain.

Menurut Richard Oliver yang dikutip oleh irawan menerangkan, bahwa "Kepuasan adalah respon dari konsumen. Kepuasan adalah hasil penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang." (Irawan, 2002: 3)

Faktor-faktor yang dapat mendorong terciptanya kepuasan pelanggan menurut Handy Irawan yaitu "kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, citra produk, dan kemudahan memperoleh produk." (Irawan, 2002: 38).

Harga dalam penelitian ini tidak digunakan sebagai identifikasi masalah penelitian, karena akses menggunakan facebook dilakukan secara cuma-Cuma bagi siapa saja yang memiliki email pribadi dan digunakan sebagai alat mengakses facebook. Begitu juga dengan Citra produk yang tidak digunakan oleh peneliti, karena posisi facebook sebagai media jejaring sosial no.1 di dunia untuk saat ini telah menunjukan citra positif facebook sebagai media jejaring sosial.

Untuk itu, peneliti menggunakan tiga buah unit teori kepuasan yang digunakan sebagai alat identifikasi masalah kepuasan dalam penelitian ini, yakni diantaranya:

1. Kualitas Produk

   Pelanggan merasa puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut dan ternyata memiliki kualitas produk yang baik. Kualitas produk itu sendiri memiliki 6 elemen, diantaranya *performance* (fungsi utama dari sebuah produk), *durability* (keawetan suatu produk baik secara teknis maupun waktu), *feature* (fitur sebagai aspek pelengkap), *reliability* (probabilitas produk gagal menjalankan fungsinya), *conformance* (seberapa jauh suatu produk dapat menyamai standar atau spesifikasi tertentu), dan desain.

2. Kualitas Pelayanan

   Menurut Irawan yang menerangkan bahwa "Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi sekitar 70% dalam membangun kualitas pelayanan." (Irawan, 2002: 38).

   Sama seperti kualitas produk, maka kualitas pelayanan juga memiliki banyak dimensi, diantaranya *reliability* (kehandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan), *responsiveness* (kecepatan pelayanan), *assurance* (kemampuan perusahaan dan perilaku fron-line staff dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan), empati (kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi,dll), dan *tangibles*

(meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi).

3. Kemudahan

   Pelanggan akan semakin puas apabila dalam memperoleh produk atau pelayanannya relatif mudah (tidak menyulitkan pelanggan), nyaman (tidak ada gangguan), dan efisien (tidak memakan waktu banyak).

Untuk dapat memberikan pengarahan dan mengakomodir kepentingan penelitian, maka peneliti menggunakan suatu model komunikasi yang dapat menunjang kepentingan tersebut. Dalam penelitian ini yang patut digarisbawahi adalah adanya interaksi yang dibangun melalui komunikasi interpersonal mahasiswa Universitas Komputer Indonesia dalam media jejaring sosial facebook.

Interaksi yang dibangun tersebut memberikan indikasi adanya komunikasi dua arah yang terbangun dalam komunikasi interpersonal dengan memperlihatkan adanya nilai kepuasan yang terbangun di dalamnya. Dengan adanya interaksi dalam penelitian ini, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa model komunikasi yang digunakan haruslah yang memiliki kapasitas untuk dapat memfasilitasi komunikasi dua arah facebooker.

Sejumlah teori tentang tingkah laku kelompok kecil (interpersonal termasuk di dalamnya) telah dikembangkan, dan banyak diantaranya menunjang usaha-usaha memahami gejala kelompok kecil, salah satu

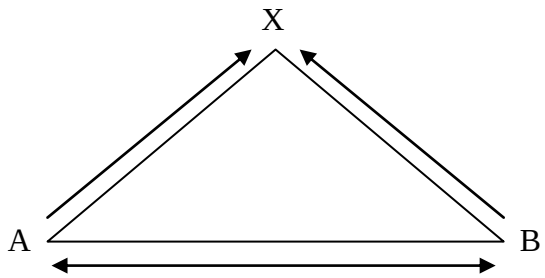
teori tersebut adalah Teori A – B – X Newcomb. Model komunikasi ini banyak dikaitkan dengan kebutuhan komunikasi kelompok kecil yang salah satunya juga memfasilitasi kepentingan komunikasi interpersonal.

Sistem A – B – X dari Newcomb memperluas teori hubungan antarpribadi dari Heider. Model dari Newcomb melibatkan unsur yaitu: A dan B, yang mewakili orang yang ber, dan X sebagai objek pembicaraan komunikasi. Menurut Newcomb, tingkah laku komunikasi terbuka antara A dan B dapat diterangkan melalui kebutuhan mereka untuk mencapai keseimbangan atau keadaan simetris antara satu sama lain dan juga terhadap X. Komunikasi terjadi karena A harus berorientasi pada B dan pada X, serta B terhadap X. Untuk mencari keadaan simetris A melakukan upaya :

1. Melengkapi dirinya dengan informasi tentang orientasi B terhadap X dan hal ini dilakukan melalui.
2. A terdorong untuk mempengaruhi atau merubah orientasi B terhadap X, jika A menemukan keadaan yang tidak seimbang diantara mereka.
3. B dengan sendirinya juga akan mempunyai dorongan yang sama terhadap orientasi X.

Besarnya pengaruh yang akan ditanamkan oleh A dan B satu sama lain, serta kemungkinan usaha masing-masing dalam meningkatkan keadaan simetris melalui tindakan komunikasi akan meningkat pada saat "Daya tarik" (*Like*) dari Heider meningkat.

Gambar 1.1
Model A – B – X Newcomb



(Sumber: Effendy, 2003: 261)

Menurut Newcomb, tingkah laku komunikasi terbuka antara A dan B dapat diterangkan melalui kebutuhan mereka untuk mencapai keseimbangan atau keadaan simetris antara satu sama lain dan juga terhadap X.

Komunikasi terjadi karena A harus berorientasi pada B, pada X dan B pada X. Untuk mencari suatu keadaan yang simetris, A berusaha untuk melengkapi dirinya dengan informasi tentang orientasi B terhadap X dan ini dapat dilakukan melalui karena keseimbangan atau keadaan simetris perlu dicari, A mungkin terdorong untuk mempengaruhi atau merubah orientasi B terhadap X, jika A menemukan keadaan yang tidak seimbang diantara mereka. B dengan sendirinya juga akan mempunyai dorongan yang sama terhadap orientasi A. Berdasarkan pengaruh yang akan ditanamkan oleh A dan B satu sama lain, serta kemungkinan usaha masing-masing dalam meningkatkan keadaan simetris melalui tindakan komunikasi.

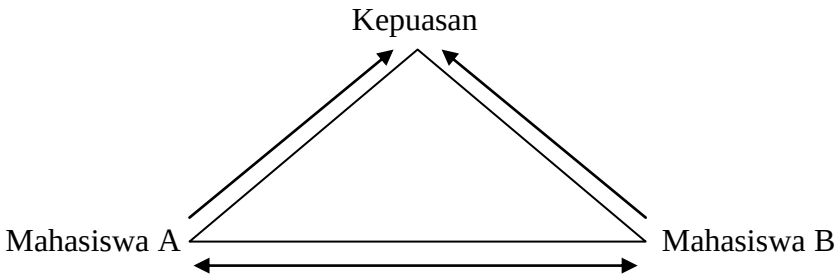
Teori dari Newcomb dapat membantu kelompok kecil yang didalamnya juga termasuk komunikasi interpersonal dalam menjelaskan dan memperkirakan tingkah laku kelompok-kelompok yang beranggotakan 2 orang pada tingkatan antar pribadi, teori menjelaskan beberapa motivasi dan tekanan yang akan menimbulkan beberapa tindakan komunikasi. Teori A – B – X juga menguraikan dan menjelaskan kegiatan itu sendiri.

Dari pernyataan diatas maka dapat penulis simpulkan bahwa model dari Newcomb memusatkan perhatiannya pada pola hubungan yang ada antara individu dalam ber dan pada objek yang mempengaruhi antara mereka. Hal tersebut terjadi pada komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasan mahasiswa ilmu komunikasi UNIKOM.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Dengan di dapatkannya sebuah model komunikasi yang peneliti anggap tepat untuk memfasilitasi penelitian ini, maka selanjutnya peneliti menerapkan model komunikasi tersebut ke dalam model konseptual yang mengaplikasikan kepentingan penelitian dalam model komunikasi Model A – B – X Newcomb untuk mengetahui efektifitas komunikasi interpersonal terhadap kepuasan mahasiswa ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poltitik Universitas Komputer Indonesia melalui media jejaring social Facebook.

Gambar 1.2
Aplikasi Model A – B – X Newcomb



Sumber: Aplikasi peneliti, 2010

Dengan aplikasi konseptual model A – B – X Newcomb dalam penelitian ini, terlihat bahwa adanya suatu interaksi yang terbangun dalam media facebook yang digunakan oleh mahasiswa UNIKOM. Hal ini terlihat dengan adanya pertukaran peran antara komunikator dan komunikan yang dapat berubah peran. Komunikasi bersifat sirkuler yang ditunjukan dalam model ini, tentunya memperlihatkan adanya interaksi yang terbina.

Komunikasi interpersonal yang terjalin dalam media facebook dapat dilihat dari adanya alur dua arah pada komunikasi antar mahasiswa. Kesempatan ini ditunjang dengan beragam aplikasi dan fitur dalam facebook untuk mendukung terjalinnya komunikasi yang efektif. Pemahaman satu sama lain dalam komunikasi interpersonal ini menunjukan adanya satu tujuan pemahaman yang sama dan saling mempengaruhi persepsi masing-masing mahasiswa untuk menuju

orientasi yang sama mengenai kepuasannya dalam beraktifitas dalam media komunikasi yang sama, yakni Facebook.

Mahasiswa A dalam gambar diartikan melakukan stimulant yang disimbolkan dalam tanda panah ke mahasiswa B, dan begitu pun sebaliknya. Proses ini bersifat simultan dengan melihat kepentingannya yang di orientasikan dalam kepentingan yang sama. Kedibilitas komunikator satu sama lain saat berperan posisi menunjukan kemampuan mahasiswa untuk salaing mempengaruhi satu sama lain dengan melihat kemampuannya dalam menyamakan persepsi pesan yang disampaikan melalui komunikasi interpersonalnya dalam facebook.

Semua aktifitas komunikasi interpersonal yang dilakukan tersebut merujuk pada kesempatan mahasiswa yang sama dalam media facebook. Tentunya penggunaan fasilitas ini karena adanya pelayanan, produk, dan aksesibilitas yang menguntungkan dari facebook, yang oleh karena itu dipergunakan sebagai media alternatif komunikasi keduanya. Hasil akhirnya adalah bahwa komunikiasi yang terjalin menunjukan kepuasan yang akan ditimbulkan dari penggunaan fasilitas facebook tersebut sebagai media yang efektif digunakan dalam komunikasi interpersonal mahasiswa ilmu komunikasi UNIKOM.

1.6 Operasional Variabel

Efektivitas disini merupakan suatu bentuk perilaku yang merupakan hubungan yang optimal antara motivasi, keinginan, dan kepuasan. Efektifitas dan kepuasan tersebut merupakan variabel penelitian yang kemudian di jabarkan dalam bentuk alat ukur sebagai hasil lanjutan dari upaya untuk dapat melihat korelasi antara keduanya. Dari pengetian diatas dapat ditarik variabel seperti pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Alat Ukur
1	**Variable X** Efektivitas	1. Keterbukaan (*openness*)	a) Keterbukaan dalam menyampaikan pesan b) Kejujuran dalam menyampaikan pesan
		2. Empati (*empathy*),	a) Kepedulian dalam berkomunikasi b) Pemahaman perasaan
		3. Sikap mendukung (*supportiveness*),	a) Sikap spontanitas b) Sikap provisional berupa pendapat

		4. Sikap positif (*positiveness*), dan	a) Pernyataan sikap positif dengan menunjukan ketertarikan berkomunikasi b) Berusaha untuk menjalin interaksi
2	**Variabel Y** Kepuasan	5. Kesetaraan (*equality*). 1. Kualitas Produk 2. Kualitas Pelayanan 3. Kemudahan Produk	a) Kedudukan yang sama b) Sumbangsih yang diberikan a) Fitur b) Aplikasi a) Pengaduan b) *Privacy* a) Kemudahan Akses b) Kemudahan aplikasi

Sumber: Aplikasi peneliti, 2010.

1.7 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe Kuantitatif Deskriptif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah "Metode Survey", dengan "teknik analisis korelasional". Metode kuantitatif deskriptif ini berusaha untuk dapat menjelaskan penelitian yang ada kedalam bentuk pemaparan, untuk dapat lebih memahami penelitian dalam bentuk penyajian hasil penelitian yang terstruktur dengan menunjukan sistematika pengulasan hasil penelitian dari data kuantitaif yang di dapatkan dalam penelitian.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Sugiyono mengenai penelitian kualitatif yang menjelaskan, bahwa:

> "...digunakan dalam meneliti status kelompok manusia, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran atau kelas peristiwa pada waktu tertentu. Sehingga melalui metode ini akan diperoleh data dan informasi tentang gambaran suatu fenomena, fakta, sifat, serta hubungan fenomena tertentu secara komprehensif dan integral. Dengan demikian pengulangan dalam penelitian kuantitatif dilakukan dalam rangka mendapatkan konsistensi atau reabilitas data penelitian dan membuktikan penelitian yang telah ada..." (Sugiyono, 2007: 19)

Metode Survey adalah merupakan suatu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data-data dari fenomena yang berlangsung dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi, sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok atau daerah (Natzir, 1988: 63).

Singarimbun dan Effendy mengartikan: "Survey sebagai penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok". (Singarimbun dan Effendi, 1989: 3)

Sedangkan menurut Husein Umar yang menerangkan mengenai teknik korelasional, bahwa "Teknik analisis yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi, perbedaan utama dengan metode lain adalah adanya usaha untuk menaksir hubungan dan bukan sekedar deskripsi" (Umar, 1998: 45).

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, peneliti menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Angket (*questioner*)

   Kuesioner atau angket adalah "suatu masalah yang umumnya banyak menyangkut kepentingan umum (orang banyak), dilakukan dengan jalan mengedarkan suatu daftar pertanyaan berupa formulir-formulir, yang diajukan secara tertulis kepada sejumlah subjek untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan (respon) tertulis seperlunya". (Kartono, 1996:200)

   Angket yang dipergunakan peneliti disusun dengan mempergunakan sekala likert berdasarkan susunan rangking dengan penilaian setiap jawaban yang dinilai berdasarkan lima kriteria.

2. Wawancara

   Wawancara menjadi salah satu bagian dalam teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Riduwan yang menjelaskan mengenai pengertian wawancara, bahwa "Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara ini digunakan bila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden sedikit." (Riduwan, 2005: 29).

   Wawancara dalam penelitian ini lebih menunjukan adanya data pendukung dari angket yang disebarkan. Wawancara dilakukan untuk dapat memperlihatkan isi fenomena dalam penelitian secara jelas menurut

yang dirasakan oleh narasumber di lapangan. Wawancara dilakukan terhadap satu orang narasumber, yang dipilih peneliti untuk dapat digunakan sebagai narasumber yang berperan dalam memberikan berbagai informasi tambahan mengenai penelitian. Informan dalam penelitian ini, yakni Reza Pratama yang merupakan mahasiswa UNIKOM jurusan Ilmu Komunikasi angkatan tahun 2005.

3. Studi Pustaka

Selain teknik pengumpulan data yang telah disebutkan di atas, peneliti melakukan studi kepustakaan yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan buku atau referensi sebagai penunjang penelitian, dan dengan melengkapi atau mencari data-data yang dibutuhkan dari literatur, referensi, majalah, makalah, internet, dan yang lainnya. Sehingga peneliti memperoleh data-data yang tertulis melalui telaah bacaan yang ada kaitannya dengan masalah penelitian.

4. Internet *Searching*

Penggunaan internet sebagai salah satu sumber dalam teknik pengumpulan data dikarenakan dalam internet terdapat banyak informasi yang berkaitan dengan penelitian. Beragam informasi ini tentunya sangat berguna bagi penelitian, serta dilengkapi sengan beragam literatur yang berasal dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dari berbagai belahan dunia. Aksesibilitas yang fleksibel dan aplikasi yang mudah juga menjadi *point* penting untuk menjadikan pencarian data dalam intenet sebagai salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini.

1.9 Teknik Analisa Data

Setelah memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka selanjutnya akan dilakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Penyeleksian data, pemeriksaan kelengkapan dan kesempurnaan data serta kejelasan data.
2. Klasifikasi data, yaitu mengelompokan data dan dipilah-pilah sesuai dengan jenisnya.
3. Melakukan uji validitas dan reliabilitas pada angket yang telah disebar sebelumnya, valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas menunjukan pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran.
4. Data dimasukkan ke dalam *coding book* (buku koding) dan *coding sheet* (lembar koding).
5. Mentabulasikan data yaitu menyajikan data dalam sebuah tabel (tabel induk kemudian ke dalam tabel tunggal) sesuai tujuan analisis data.
6. Data yang ditabulasi dianalisis dengan koefisien korelasi Kendall. Analisis data kuantitatif dilakukan dengan cara memindahkan data kualitatif ke dalam data kuantitatif, dengan cara pemberian skor atas pilihan yang diberikan oleh setiap responden. Pemberian skor dimaksudkan untuk memindahkan data kualitatif yang berupa jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket ke dalam nilai-nilai kuantitatif.

1.10 Populasi dan Sampel

1.10.1 Populasi

Sifat-sifat kumpulan objek penelitian dapat ditemukan dengan mempelajari dan mengamati sebagian dari kumpulan objek penelitian yang dapat berupa orang, kelompok, dan organisasi.Dalam penelitian, objek penelitian merupakan satuan unsur-unsur populasi.

Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul "Metode Penelitian Komunikasi, mengatakan bahwa "Bagian yang diamati itu disebut sampel, sedangkan kumpulan objek penelitian disebut populasi." (Rakhmat, 2000: 78). Sehingga jelas bahwa populasi merupakan kumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi ilmu komunikasi, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik UNIKOM yang masih aktif secara akademik untuk tahun ajaran 2010 semester ganjil. Keseluruhan populasi yang di dapatkan berjumlah 779 orang mahasiswa. Sehingga populasi dalam penelitian ini berjumlah 779 orang.

1.10.2 Sampel

Sampel adalah bagian yang akan dipelajari dan diamati untuk diteliti. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah "Teknik pengambilan sampel secara acak sederhana (*Simple Random Sampling*), yaitu suatu metode pemilihan sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel." (Umar, 2002: 129).

Besarnya jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Yamane yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat, yaitu sebagai berikut:

Ket: $$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

n = Ukuran atau besarnya sampel

N = Ukuran atau besarnya populasi

d = Presisi atau tingkat kesalahan yang ditetapkan yaitu sebesar 10% (Rakhmat, 2000: 82)

Aplikasi dari rumus diatas adalah:

$$n = \frac{779}{150\ (10\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{779}{150\ (10/100)^2 + 1}$$

$$n = \frac{779}{8.79}$$

n = 88, 6 (jadi menggunakan, **89** sampel mahasiswa)

1.11 Hipotesis

Hipotesis secara umum merupakan suatu jawaban sementara terhadap masalah yang sedang di teliti. Menurut Prof. Dr. S. Nasution definisi hipotesis adalah "Pernyataan tentatif yang merupakan dugaan mengenai apa saja yang sedang kita amati dalam usaha untuk memahaminya." (Nasution, 2006: 89)

H_1 Ada hubungan antara efektifitas komunikasi interpersonal terhadap kepuasan mahasiswa ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poltitik Universitas Komputer Indonesia melalui media "Facebook"

H_o Tidak ada hubungan antara efektifitas komunikasi interpersonal terhadap kepuasan mahasiswa ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poltitik Universitas Komputer Indonesia melalui media "Facebook".

1.12 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.12.1 Lokasi Penelitain

Penelilian ini dilakukan di Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) yang beralamat di Jalan Dipatiukur No. 114-116, Bandung 40132.

- Telp : (022) 2533676, 2504119
- *Fax* : (022) 2533754
- *Website* : http://www.unikom.ac.id

1.12.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Februari 2010 hingga bulan Juli 2010, Tahapan penelitian kemudian diuraikan ke dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	• **Persiapan**																								
	Pengajuan judul				■	■	■	■																	
	Acc judul								■																
	Pengajuan persetujuan pembimbing									■															
2.	• **Pelaksanaan**																								
	Bimbingan BAB I											■	■	■	■		■								
	Sidang UP															■									
	Bimbingan BAB II																■	■							
	Bimbingan BAB III																■	■							
	Proses wawancara																	■	■						
	Pengolahan data																	■	■						
	Bimbingan BAB IV																		■	■	■	■			
	Bimbingan BAB V																				■	■			
3.	• **Penyelesaian Laporan**																								
	Penyusunan draft skripsi																					■			
4.	• **Sidang Komprehensif**																						■		
5.	• **Sidang Kelulusan**																								■

(Sumber: Peneliti, 2010)

1.13 Sitematika Penelitian

BAB I: PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis, operasionalisasi variabel, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, populasi dan sampel, lokasi, waktu penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tinjauan tentang ilmu komunikasi, tinjauan tentang efektivitas dan kepuasan, tinjauan tentang internet dan website, tinjauan tentang komunikasi virtual dan Facebook.

BAB III: OBJEK PENELITIAN

Bab ini menguraikan secara singkat mengenai gambaran umum mengenai objek penelitian, yakni Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM).

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menguji nilai validitas dan reliabilitas angket, analisis deskriptif identitas responden dan analisis deskriptif hasil penelitian, serta pembahasan mengenai hasil uji korelasional.

BAB V: PENUTUPAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan terhadap hasil penelitian berikut saran-saran yang diberikan peneliti.