

PENGARUH MEDIA SOSIAL LINE GROUP TERHADAP EFEK SOSIAL

**Christopher Amaerendra Boeky¹, Edo Juvano², Maghira Reviano³, M. Ervirdi Rahmat⁴,
Ricky Subagja⁵, dan Irwansyah⁶**

Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia^{1,2,3,4,5,6}
Email: cboeky@gmail.com

Naskah diterima tanggal 27 Desember 2018, direvisi tanggal 11 Januari 2019, disetujui tanggal 30 Januari 2019

Abstrak. Kehadiran teknologi merubah bagaimana kita berbicara, melakukan sesuatu, maupun bersosialisasi. Di Amerika Serikat dan Kanada, penggunaan aplikasi pesan singkat sebagai salah satu bentuk *social networking sites* (SNS), mencapai angka lebih dari 88%. Pesan singkat menjadi aplikasi yang paling populer dan sering digunakan di dalam smartphone itu sendiri. LINE sebagai salah satu SNS menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan oleh pelajar di Indonesia. Selain karena kemudahan dalam penggunaannya, LINE menawarkan banyak fitur yang memudahkan untuk berkomunikasi, salah satunya LINE Group. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu pengaruh penggunaan LINE Group terhadap efek sosial seseorang. Sebanyak 108 mahasiswa/i dilibatkan dalam pengambilan data. Ditemukan bahwa terdapat korelasi yang rendah mengenai pengaruh yang diberikan oleh penggunaan LINE Group terhadap efek sosial mahasiswa. Meski penggunaan LINE Group tidak memiliki pengaruh yang begitu besar, namun perubahan-perubahan sosial yang mungkin terjadi harus diketahui.

Katakunci: Mobile, SNS, LINE Group, Efek Sosial.

Abstract. *An enormous growth of mobile technology has changed the way we talk, socialize, and do everything for particular things. Deloitte stated that among a lot of application in our smartphone, instant messaging is the most popular application (Wu et al., 2016). Based on Pew Research Center there are 89% student in United States and 97% student in Canada who uses instant messaging. Line is one of the most used instant messaging in Indonesia. Almost every student in every university using line for their first instant messaging. Beside the simplicity of line itself, line has a lot of feature that help us to communicate. One of them is line group. The aim of this research is to find out the relation between the usage of Line Group to our social effect in life. This research involved quantitative research to collect data for the study. About 108 communication students took a part for this research. Giving the fact that our mobile technology should have influenced us, it is important to know what kind of effect that its made to our daily life.*

Keywords: One-Sided Message, Solomon Design, Video.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir perangkat elektronik telah tersebar secara luas di pasar seluruh dunia. Menurut perkiraan Deloitte (dalam Wu et al., 2016) penjualan telepon pintar dan penggunaannya mencapai satu juta dan dua juta pada akhir 2013. Lanjutnya menurut Deloitte, di antara berbagai macam aplikasi di perangkat telepon pintar, aplikasi pesan instan (*Instant Messaging*) menjadi aplikasi yang populer. Sekitar 90% pengguna telepon pintar di Cina menggunakan aplikasi pesan instan. Begitu juga di Amerika Serikat, menurut Mesch et al. (2012) aplikasi pesan instan menjadi alat penting bagi para pelajar untuk terus berhubungan dengan teman dan keluarganya. Menurut survey dari *Pew Research Center* sebanyak 89% pelajar Universitas di Amerika Serikat menggunakan aplikasi pesan singkat dan pada survey yang sama menunjukkan 97% pelajar di Universitas di Kanada menggunakan aplikasi pesan instan.

Kondisi tersebut tidak jauh berbeda di Indonesia. Tingkat penggunaan aplikasi pesan instan bisa dikatakan tinggi. Hal ini dibuktikan dari salah satu aplikasi pesan instan asal Jepang, LINE. Menurut *Chief Executive Officer* dari LINE, Takeshi Idezawa pada *Line Conference 2017* pengguna aktif bulanan LINE telah mencapai lebih dari 171 juta. Empat pasar terbesarnya ada di Jepang, Taiwan, Indonesia, dan Thailand (Ayuningtyas, 2017). Sementara itu *Business Development Manager* LINE di Indonesia, Ines Yorisya Kemala menyatakan pengguna aplikasi LINE di Indonesia berasal dari kalangan 18-25 tahun. (Nurrahman, 2017). Fenomena tersebut juga terjadi di departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Para mahasiswa menggunakan aplikasi pesan instan, yaitu LINE. Salah satunya untuk menggunakan fitur *LINE Group* yang merupakan ruang mengobrol yang dapat digunakan oleh lebih dari dua orang, dan dapat menampung hingga ratusan orang. LINE Group dapat diberi nama, logo, dan deskripsi, selain itu LINE Group juga dapat digunakan untuk konferensi secara daring, menyimpan foto-foto di album, sampai membuat catatan dan kalender acara. Mahasiswa memanfaatkan berbagai fitur di LINE Group dan berbagi informasi akademik dan non-akademik dengan rekan belajar melalui LINE Group. Hal tersebut boleh jadi akan menimbulkan efek sosial bagi mahasiswa, sebagai dampak dari perubahan teknologi dan meningkatnya penggunaan aplikasi pengirim pesan LINE di kehidupan mereka.

Invasi kemajuan teknologi dalam kehidupan manusia menjadi semakin masif. Dalam satu dekade terakhir, teknologi banyak mengambil tempat dan memegang peranan penting dalam hidup. Kini, kita membentuk sebuah hubungan sosial tidak hanya bisa di dunia nyata. Istilah media sosial menjadi sebuah istilah baru dimana kita bisa membentuk sebuah hubungan yang terkoneksi melalui internet. Media sosial pada akhirnya diyakini sebagai aktivitas yang

menghabiskan banyak waktu dimana membuat progres signifikan dalam kehidupan seseorang (Safwat, Adel, George & Sobhy, 2012; Wang, Chen & Liang, 2011). Teknologi *mobile* telah berubah dari yang awalnya hanya bisa menjadi instrumen untuk melakukan telepon dan menerima telepon, kini memperbolehkan penggunaannya untuk mengambil gambar, mengirimkan pesan, berselancar di internet, akun berbayar dan menggunakannya sebagai komputer portable kecil (Dickson dalam Jordaan, 2013). Meskipun terdapat banyak kontribusi positif dari adanya teknologi *mobile*, namun tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat hal-hal lain yang patut diperhatikan. Billieux, Van der Linden, D'Acremont, Ceschi & Zermatten (dalam Jordaan, 2013) mengatakan bahwa dari sebuah titik sosial status dari sebuah teknologi *mobile* dapat berubah dari yang awalnya mendukung pertukaran sosial (*social exchanges*) menjadi pihak yang mengintervensi mereka. Masih sedikit hal yang diketahui efek sosial dari penggunaan teknologi *mobile* pada Generasi Y.

Berdasarkan hasil berbagai penelitian, teknologi secara positif memiliki andil terhadap perubahan perilaku individual. Salah satu penelitian (Ha, Chin, Park, Ryu & Yu, 2008; Yen, Hsiao, Ko, Yen, Huang, Liu, & Wang, 2010; Wang et al., 2011). Perubahan perilaku dapat mencakup perubahan kesehatan dan juga dapat menjadi seorang anti-sosial dimana orang tersebut menghabiskan waktu lebih sedikit dengan keluarga maupun teman, tidak mengacuhkan tanggung jawab yang penting seperti akademik dan karir. Lebih dari 500 juta orang tetap menjalin hubungan dan berkomunikasi melalui jaringan sosial dimana hal tersebut menjadi sebuah indikasi bahwa kehidupan kita menjadi semakin berbasis teknologi (Hatch, 2011). Penelitian Rideout, Foehr, dan Roberts (2010) menemukan bahwa individu-individu muda terpapar media rata-rata 10 jam 45 menit setiap harinya. Dari sekian banyaknya pengguna yang terkena pengaruh dari perkembangan teknologi yang satu ini, mahasiswa menjadi variabel yang paling terkena pengaruh. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa merupakan generasi yang terkoneksi dan dideskripsikan sebagai *techno-savvy* (Shaw & Fairhurst, 2008). Media sosial adalah salah satu *platform* sosial media yang berguna dimana penggunaannya dapat berdiskusi isu tentang ketertarikannya dan isu secara umum di lingkungan virtual. Sosial media pun memberikan kesempatan untuk mengembalikan hubungan secara virtual pula. Englander (dalam Bajpai, 2016) mengobservasi hal tersebut dalam studinya bahwa mahasiswa yang menghabiskan waktunya dalam SNS untuk tujuan lain di luar tujuan akademis ternyata memengaruhi studi mahasiswa tersebut pula. SNS menunjukkan dampak positif bagi mahasiswa sebagai iklim belajar yang mudah bagi mahasiswa tersebut. Aplikasi pesan singkat membantu menghubungkan komunikasi antara dosen dan mahasiswa untuk membantu mahasiswa secara pribadi menyelesaikan masalah tertentu yang dimiliki.

Bekerja kolektif merupakan tuntutan abad ke-21. Skill tersebut tidak dapat dikembangkan hanya di kelas konvensional tetapi kemampuan tersebut dapat dikembangkan ketika sedang bekerja melalui aplikasi pesan instan. Diskusi yang berjalan di antara mahasiswa secara online tentang masalah tertentu dengan adanya bimbingan tak langsung dengan dosen menanamkan harmoni di antara mahasiswa tersebut. Menurut Bajpai (2016) di India dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir, beragam medium komunikasi digital telah diterima dan digunakan oleh dosen dan mahasiswa untuk berkomunikasi seperti Facebook, Google+, Orkuut, Twitter, dll. Begitupun di Indonesia, salah satu medium berkomunikasi digital telah diterima dan digunakan, yaitu salah satunya LINE. Di kalangan mahasiswa, LINE digunakan pula dalam ranah akademik seperti adanya grup kelas untuk mengkoordinasikan kelas dan membahas tugas-tugas yang diterima. Penggunaan SNS dalam ranah akademik ini memiliki sisi positif dan negatif. Namun, di saat yang bersamaan belum ada studi yang membahas dan menganalisa dampak penggunaan LINE terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UI.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan Kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga hasil riset dianggap merupakan hasil representasi dari populasi (Kriyantono, 2006). Metode yang digunakan adalah metode survey, yaitu meneliti populasi yang relatif luas dengan cara menentukan sampel yang representatif dari populasi yang diteliti. Metode survey ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner (Singarimbun, 1989). Selain itu, metode kuantitatif yang digunakan pada bidang ilmu komunikasi, akan memiliki bahasa yang sama dengan penelitian pada bidang lain, sehingga memudahkan menemukan korelasi dari gejala sosial yang lintas bidang keilmuan. (Keyton, 2011). Metode ini dipilih peneliti dengan alasan efisiensi waktu penelitian karena jumlah populasi dan sampel yang terbilang banyak. Sedangkan tipe penelitian ini adalah penelitian eksplanatif, karena merupakan penelitian yang berusaha menjelaskan korelasi antara suatu gejala sosial dengan gejala sosial yang lain, sekaligus menjawab mengapa itu terjadi melalui pengujian hipotesis (Kriyantono, 2006). Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Indonesia. Sedangkan untuk pengambilan sampel, dengan asumsi setiap bagian dari populasi mempunyai karakter yang relatif sama dan tidak berpengaruh pada kriteria sebagai sampel, kita akan menggunakan metode *stratified*, dengan menyebarkan kuesioner online via masing-masing grup angkatan pada *online chat application* LINE. Untuk menentukan ukuran besarnya sampel dari suatu populasi agar

mempermudah analisis data, sampel akan dinyatakan representatif jika diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.(Arikunto, 1998). Dengan populasi sebanyak 704 orang, maka peneliti menentukan jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 110 orang.

Prosedur pengumpulan data yaitu melakukan survey kepada sampel dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. (Sugiono, 2008).

Peneliti yang merupakan seluruh anggota kelompok kami, akan menggunakan aplikasi *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) 17 untuk menghitung hubungan antara kedua variabel yang diuji. Dua variabel yang diuji yaitu penggunaan *line group* di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan efek sosial mahasiswa Ilmu Komunikasi. Korelasi *Pearson* merupakan metode yang akan digunakan untuk menghitung seberapa besar kekuatan pengaruh variabel independen ke variabel dependen dan arah hubungan dari variabel-variabel yang ada. Maka berdasarkan latar belakang, kerangka penelitian dan metodologi penelitian yang telah dijelaskan, penelitian ini menghasilkan dua hipotesis yakni :

H0 : Penggunaan LINE Group tidak menimbulkan efek sosial bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

H1 : Penggunaan LINE Group menimbulkan efek sosial bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan video yang dimanipulasi dengan bentuk keberpihakan pesan. Pada keberpihakan pesan satu sisi, responden hanya disajikan pesan/informasi yang bernilai positif diharapkan petani dapat mengubah penilaian mereka tentang budidaya bawang merah GAP dari yang awalnya kurang mendukung (*unfavorable*) ke arah yang mendukung (*favorable*) sehingga dapat diimplementasikan untuk mendukung usaha tani yang berkelanjutan (*sustainable agriculture*). Besaran efek dari perlakuan yang diberikan, diukur dengan melihat skor pengetahuan dan penilaian petani pada inovasi. Pada Tabel 4 dapat diketahui rataan yang dihasilkan pada semua kelompok pengamatan, yaitu: 1) Kelompok eksperimen dengan tes awal (E1); 2) Kelompok kontrol dengan tes awal (K1); 3) Kelompok eksperimen tanpa tes awal (E2); 4) Kelompok kontrol tanpa tes awal (K2). Berdasarkan hasil penelitian mengenai indikator frekuensi penggunaan fitur LINE Group kepada responden, terdapat:

Variabel Line Group Indikator 1

Saya sering menggunakan fitur LINE Group di aplikasi LINE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	1	.9	.9	.9
Setuju	17	15.7	15.7	16.7
Sangat Setuju	90	83.3	83.3	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Variabel Line Group Indikator 2

Saya menghabiskan banyak waktu menggunakan LINE Group dalam jangka waktu satu hari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	3.7	3.7	3.7
Netral	19	17.6	17.6	21.3
Setuju	47	43.5	43.5	64.8
Sangat Setuju	38	35.2	35.2	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Variabel Line Group Indikator

Saya sering menggunakan LINE Group untuk berdiskusi akademis

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	8	7.4	7.4	7.4
Netral	26	24.1	24.1	31.5
Setuju	40	37.0	37.0	68.5
Sangat Setuju	34	31.5	31.5	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Variabel Line Group Indikator 4

Saya membaca setiap post (jarkom) yang ada di grup yang berhubungan dengan akademis. (misal: seseorang membagikan ke grup kajian peristiwa dan dikaitkan dengan teori)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
Tidak Setuju	20	18.5	18.5	19.4
Netral	42	38.9	38.9	58.3
Setuju	36	33.3	33.3	91.7
Sangat Setuju	9	8.3	8.3	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Variabel Line Group Indikator 5

Saya sering menggunakan LINE Group untuk berkomunikasi santai (casual communication)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	1	.9	.9	1.9
	Netral	10	9.3	9.3	11.1
	Setuju	39	36.1	36.1	47.2
	Sangat Setuju	57	52.8	52.8	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Variabel Efek Sosial Indikator 1

Saya merasa puas ketika memiliki hubungan pertemanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
	Netral	12	11.1	11.1	12.0
	Setuju	41	38.0	38.0	50.0
	Sangat Setuju	54	50.0	50.0	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Variabel Efek Sosial Indikator 2

Saya sering berjalan-jalan (hangout) dengan teman saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	6	5.6	5.6	6.5
	Netral	23	21.3	21.3	27.8
	Setuju	48	44.4	44.4	72.2
	Sangat Setuju	30	27.8	27.8	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Variabel Efek Sosial Indikator 3

Saya dapat dengan fokus menaruh perhatian ketika berdiskusi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.6	5.6	5.6
	Netral	35	32.4	32.4	38.0
	Setuju	58	53.7	53.7	91.7
	Sangat Setuju	9	8.3	8.3	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Variabel Efek Sosial Indikator 4

Saya merasa lebih mudah mendapat teman baru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	7.4	7.4	7.4
	Netral	35	32.4	32.4	39.8
	Setuju	50	46.3	46.3	86.1
	Sangat Setuju	15	13.9	13.9	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Variabel Efek Sosial Indikator 5

Saya dapat dengan fokus mendengarkan pesan lawan bicara tanpa terganggu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	6.5	6.5	6.5
	Netral	38	35.2	35.2	41.7
	Setuju	55	50.9	50.9	92.6
	Sangat Setuju	8	7.4	7.4	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Variabel Efek Sosial Indikator 6

Saya merasa percaya diri tampil di depan publik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.6	5.6	5.6
	Netral	45	41.7	41.7	47.2
	Setuju	44	40.7	40.7	88.0
	Sangat Setuju	13	12.0	12.0	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Variabel Efek Sosial Indikator 7

Saya dapat dengan mudah memulai percakapan dengan orang tak dikenal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Tidak Setuju	13	12.0	12.0	13.9
	Netral	30	27.8	27.8	41.7
	Setuju	49	45.4	45.4	87.0
	Sangat Setuju	14	13.0	13.0	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Variabel Efek Sosial Indikator 8

Saya merasa tidak canggung ketika bertemu orang tak dikenal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Tidak Setuju	18	16.7	16.7	18.5
	Netral	35	32.4	32.4	50.9
	Setuju	41	38.0	38.0	88.9
	Sangat Setuju	12	11.1	11.1	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Variabel Efek Sosial Indikator 9

Saya sering berpartisipasi dalam perdebatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	4.6	4.6	4.6
	Tidak Setuju	28	25.9	25.9	30.6
	Netral	48	44.4	44.4	75.0
	Setuju	23	21.3	21.3	96.3
	Sangat Setuju	4	3.7	3.7	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Correlations

		Total_v1	Total_v2
Total_v1	Pearson Correlation	1	.324**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	108	108
Total_v2	Pearson Correlation	.324**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	108	108

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

Peneliti kemudian melakukan uji korelasi bivariat antara variabel pertama dengan variabel kedua. Pengaruh V1 terhadap V2 sebesar 0,324 seperti yang tertera pada tabel. Angka tersebut menandakan tingkat korelasi yang rendah antara V1 dengan V2. Maka, penggunaan LINE Group tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap efek sosial pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UI.

SIMPULAN

Dewasa ini, penggunaan *social networking sites* semakin masif. Khususnya penggunaan sosial media Line dengan fitur LINE Group. Penggunaan sosial media memiliki efek sosial terhadap penggunanya. Efek sosial dijabarkan melalui indikator-indikator yang peneliti gunakan dalam kuesioner. Namun, ternyata, efek LINE Group tidak begitu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efek sosial. Menurut peneliti, hal ini terjadi dikarenakan fitur LINE Group

dalam populasi mahasiswa perkuliahan, biasa dipakai untuk *casual communication* saja, bukan untuk melakukan komunikasi lebih lanjut dan intensif. Ketika mengerjakan tugas akademis pun, LINE Group hanya sebagai media untuk membuat perjanjian pertemuan menjadi lebih mudah, bukan untuk berdiskusi. Oleh karenanya, pengaruh sosial yang dihasilkan dari penggunaan LINE Group tidak terlalu signifikan. Maka H0 diterima, H1 ditolak.

Dengan menggunakan desain solomon empat kelompok maka peneliti dapat lebih ketat mengontrol peristiwa-peristiwa di luar perlakuan yang kemungkinan mengganggu hasil penelitian. Hasil interaksi antara perlakuan dan tes pada video pesan satu sisi terhadap pengetahuan dan penilaian atribut pada inovasi tidak terbukti adanya sensitivitas tes awal. Sehingga, dapat dikatakan bahwa peningkatan pengetahuan dan perubahan penilaian dipengaruhi oleh perlakuan berupa video yang didesain dengan pesan satu sisi.

Penggunaan video pesan satu sisi terbukti dapat meningkatkan pengetahuan petani tentang GAP bawang merah. Berdasarkan hasil penghitungan menunjukkan angka 1.92, yang berarti besarnya pengaruh video pesan satu sisi terhadap peningkatan pengetahuan petani sebesar 69.7%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa video pesan satu sisi yang dirancang peneliti sudah baik dalam meningkatkan pengetahuan petani.

Selanjutnya, penggunaan video pesan satu sisi terbukti dapat mengubah penilaian atribut pada inovasi oleh petani tentang GAP bawang merah. Berdasarkan hasil penghitungan menunjukkan angka 1.50, yang berarti besarnya pengaruh video pesan satu sisi terhadap perubahan penilaian petani sebesar 30%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa video pesan satu sisi yang dirancang peneliti cukup baik dalam mengubah penilaian petani.

Penelitian selanjutnya mengenai keberpihakan pesan dapat dikembangkan dengan memperhatikan faktor-faktor lain seperti tingkat keterlibatan (*involvement*), motivasi, kredibilitas komunikator, dan lain sebagainya. Pada penelitian ini, komunikasi masih bersifat satu arah dan *feedback* (umpan balik) hanya berupa kuesioner tertutup yang terbatas pada pengetahuan dan penilaian. Maka, untuk penelitian selanjutnya setelah tayangan video diputar bisa dilakukan dialog interaktif agar komunikasi transaksional dan tidak terpaku pada satu sumber, karena kemungkinan besar petani lain memiliki pengalaman/pengetahuan yang bisa dibagikan kepada rekannya.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Bajpai, M. 2016. Impact of WhatsApp on LIS Professionals. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 36(6).
- Jordaan, D., & Surujlal, J. 2013. Social Effects of Mobile Technology on Generation Y Students. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(11), 282.
- Karau, S.J., & Williams, K. D. 1995. Social Loafing: Research Findings, Implications, and Future Directions. *Current Directions in Psychological Science*, 4(5), 134-140.
- Mesch, Gustavo S, et al. 2012. Instant Mesagging Social Network: Individual, Relational, and Cultural Characteristic. *Journal of Social and Personal Relationships*, Vol 29, Issue 6, pp. 736 – 759.
- Wu, Tailai, et. al. 2016. A Study of Active Usage of Mobile Instant Messaging Application. *Information Development* Vol 33, Issue 2, pp. 153 – 168.

Buku:

- Keyton, J. 2011. *Communication and Organizational Culture: A Key to Understanding Work Experiences*. Sage Publications.
- Kriyantono, R. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Fajar Inter Pratama Offset.
- Singarimbun, M. 1982. *Metode penelitian Survei*. Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES).
- Sugiyono, D. 2000. *Metode Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.

Websites:

- Ayuningtyas, R. 2017. Line Kantongi 171 Juta Pengguna Aktif Bulanan. <http://tekno.liputan6.com/read/2997411/line-kantongi-171-juta-pengguna-aktif-bulanan> (diakses pada 10 Oktober 2017 pukul 20.00)
- Nurrahman, Y. 2017. Pengguna Aplikasi Line di Indonesia didominasi Remaja. <https://tekno.tempo.co/read/848829/pengguna-aplikasi-line-di-indonesia-didominasi-remaja> (diakses pada 10 Oktober 2017 pukul 20.02)