

MOTIF MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL THREADS DI KALANGAN MAHASISWA KOTA SURABAYA

Muhammad Daffa Firdauzan 1, Supriadi 2

Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya

Nginden Intan Timur 1/18, Surabaya

Email: daffafirdauzan00@gmail.com, supriadi@stikosa-aws.ac.id

Abstract

This research aims to identify the motives that drive individuals to access the Threads social media platform among students in Surabaya City. The population of this study is 273,229, with a sample size of 100 respondents. The theoretical framework employed is the Uses and Gratification theory. The research methodology is quantitative descriptive research using a non-probability sampling technique with purposive random sampling. The data analysis technique involves univariate analysis, which includes simple tabulation of the questionnaire results filled out by the respondents. The obtained data are presented in the form of frequency distribution tables. In this study, the theory of media usage motives proposed by Papacharissi and Rubin is applied, encompassing Interpersonal Utility, Pass Time, Seeking Information, Entertainment, and Convenience motives. The findings reveal that Interpersonal Utility has an average score of 3.03, Pass Time has an average score of 3.34, Seeking Information has a score of 2.92, Entertainment has a score of 3.23, and Convenience has a score of 3.18.

Keywords: *Motives, Social Media, Threads*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motif apa yang mendorong individu untuk mengakses sebuah media sosial *Threads* kalangan mahasiswa Kota Surabaya. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 273.229 dengan sampel penelitian adalah 100 responden. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses & gratification*. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive random sampling*. Teknik analisis dalam penelitian ini merupakan teknik analisis univariat dengan melakukan tabulasi sederhana terhadap hasil kuisioner yang telah di isi oleh responden, data yang diperoleh selanjutnya di tampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Dalam penelitian ini menggunakan teori motif penggunaan media dari Papacharissi dan Rubin diantaranya Motif *Interpersonal Utility*, Motif *Pass Time*, Motif *Seeking Information*, Motif *Entertainment*, dan Motif *Convenience*. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa Motif *Interpersonal Utility* memiliki skor rata-rata 3,03, untuk Motif *Pass Time* memiliki skor rata-rata 3,34 selanjutnya Motif *Seeking Information* mendapat skor 2,92, Motif *Entertainment* mendapat skor 3,23, dan *Convenience* sebanyak 3,18.

Kata Kunci: Motif, Media Sosial, Threads

1.PENDAHULUAN

Teknologi informasi saat ini semakin berkembang dan menjadi pengaruh besar dalam kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi saat ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pertumbuhan penggunaan internet yang signifikan. Seiring berjalannya waktu membuat manusia tidak bisa jauh dari internet. Berbagai aktivitas dapat dilakukan dengan mudah melalui internet mulai dari bekerja, belajar, belanja, dan berkomunikasi. Menurut data dari proxyrack dikutip dari (Daniswara, 2023), Indonesia menjadi negara dengan penggunaan internet melalui gadget tertinggi sebanyak 63,4%. Dalam hal ini masyarakat Indonesia mampu memanfaatkan internet dalam genggamannya karena internet dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.

Social media adalah media atau wadah yang memerlukan internet untuk mengakses media tersebut dengan kemungkinan penggunaannya mampu untuk mempresentasikan dirinya maupun untuk berbagi, bekerja sama, berinteraksi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain untuk membentuk ikatan sosial secara virtual atau online (Nasrullah, 2014). Media sosial juga merupakan *platform* media komunikasi yang dapat menunjang eksistensi pengguna dari media tersebut dalam beraktifitas, bahkan tidak jarang seseorang dapat menggunakan lebih dari satu aplikasi media sosial.

Media sosial *Threads* menjadi salah satu media sosial yang ingin diteliti oleh peneliti karena merupakan *platform* terbaru yang diluncurkan oleh pengelola *Instagram* dan cukup populer dikalangan Gen Z atau pengguna muda. Mark Zuckerberg, pencipta media sosial *Threads* menyatakan bahwa dalam waktu lima hari *Threads* berhasil menjangkau 100 juta pengguna dengan pertumbuhan pengguna yang cepat, hal ini disampaikan oleh Mark melalui postingan di akun *Threadsnya* (Elad, 2023).

Namun, pengguna harian *Threads* telah mengalami penurunan sebesar 82% sejak 31 Juli 2023 dan setiap harinya terdapat delapan juta pengguna yang mengakses aplikasi tersebut, hal ini berdasarkan data dari Sensor Tower. Pada saat *Threads* rilis, pengguna *platform* baru itu membuka aplikasi dengan rata-rata menghabiskan waktu 19 menit dan terus mengalami penurunan sebanyak 1% setiap harinya. Menurut Abe Yousef, Analis senior di Sensor Tower mengatakan bahwa, waktu harian pengguna *Threads* turun menjadi 2,9 menit per hari sejak awal bulan Agustus (Fajri, 2023). Turunnya waktu menggunakan aplikasi *Threads* juga dapat dilihat dari hasil pra survey peneliti bahwa lama waktu menggunakan *Threads* sebanyak 81,8% responden menggunakan *Threads* selama kurang dari 15 menit dalam sehari.

Dari pemaparan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana motif penggunaan media sosial *Threads* dengan menggunakan variabel motif dari Papacharissi dan Rubin yang terbagi menjadi 5 indikator, yaitu motif hubungan antarpribadi, melewatkan waktu, pencarian informasi, hiburan, dan kenyamanan. Dalam penelitian ini mendeskripsikan dan menganalisis hasil penelitian menggunakan teori penggunaan media tentang *Uses & Gratification* yang dijelaskan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz. Dalam teori tersebut menjelaskan bahwa pengguna media memiliki peran aktif untuk memilih serta menggunakan media apa yang ingin mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhannya (Nurudin, 2007).

2.METODE PELAKSANAAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel *non probability* karena peluang untuk terpilihnya sebagai sampel tidak diketahui (Azwar, 2010). Dalam hal ini yang dimaksud dari penelitian ini adalah peneliti tidak dapat menegetahui berapa jumlah pengguna media sosial *Threads* di Kota Surabaya yang menjadi lokasi penelitian. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*,

Dimana pemilihan subjek didasarkan pada karakteristik yang sudah ditentukan oleh peneliti (Dana P. Turner, 2020).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini untuk mengukur variabel motif menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek (Kriyantono, 2008). Kemudian dilakukan analisis deskriptif yang meliputi tabulasi frekuensi, skor rata-rata tiap indikator dari variabel motif, serta deskriptif variabel motif menggunakan media sosial *Threads*.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas Data

Menurut (Sugiyono, 2017), validitas adalah ukuran seberapa jauh data yang disatukan oleh peneliti menggambarkan kejadian sebenarnya pada objek penelitian. Uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi sebuah data yang diperoleh dalam penelitian ini dianggap valid atau tidak. Validitas diukur melalui distribusi kuisioner yang dilakukan kepada 100 mahasiswa di Kota Surabaya.

Tabel Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel

Variabel	R Hitung	R Tabel	Sig	Keterangan
Motif Hubungan Interpersonal				
X1.1	0,846	0,195	0,00	valid
X1.2	0,819	0,195	0,00	valid
X1.3	0,789	0,195	0,00	valid
X1.4	0,755	0,195	0,00	valid
Motif Meluangkan Waktu				
X2.1	0,784	0,195	0,00	valid
X2.2	0,737	0,195	0,00	valid
X2.3	0,811	0,195	0,00	valid
Motif Pencarian Informasi				
X3.1	0,565	0,195	0,00	valid
X3.2	0,764	0,195	0,00	valid
X3.3	0,654	0,195	0,00	valid
X3.4	0,782	0,195	0,00	valid
Motif Hiburan				
X4.1	0,772	0,195	0,00	valid
X4.2	0,764	0,195	0,00	valid
X4.3	0,720	0,195	0,00	valid

X4.4	0,758	0,195	0,00	valid
Motif Kenyamanan				
X5.1	0,610	0,195	0,00	valid
X5.2	0,657	0,195	0,00	valid
X5.3	0,734	0,195	0,00	valid
X5.4	0,836	0,195	0,00	Valid
X5.5	0,545	0,195	0,00	Valid

Sumber: (Data olahan peneliti, 2024)

Dari tabel diatas hasil pengukuran Uji Validitas pada sub variabel motif (X1-X5) diatas dapat diperhatikan bahwa seluruh indikator yang dipergunakan untuk mengukur seluruh variabel yang digunakan untuk penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel = 0,195 (nilai r tabel untuk $n = 100$), maka hasil pengujian validitas pada indikator pernyataan dari seluruh variabel dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas Data

Metode untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan pada instrumen yang sama dapat menghasilkan data yang konsisten disebut dengan uji reliabilitas oleh (Sugiyono, 2017). Reliabilitas merupakan alat pengukuran sebuah kuisioner yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk, semakin tinggi Tingkat reliabilitas suatu alat pengukur, maka dapat lebih stabil juga alat pengukur yang digunakan (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan pada 100 responden mahasiswa Kota Surabaya, dengan menggunakan pernyataan yang telah terbukti valid dalam uji validitas. Analisis reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23 *for windows*. Hasil dari pengujian reliabilitas pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Item-Item Variabel

Variabel Motif	Cronbach's Alpha	N of Items
Motif Hubungan Interpersonal	0.809	4
Motif Meluangkan Waktu	0,672	3
Motif Pencarian Informasi	0,640	4
Motif Hiburan	0,736	4
Motif Kenyamanan	0,707	5

Sumber: (Data olahan peneliti, 2024)

Menurut (Ghozali, 2011), suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach alpha* >0,6. Dari tabel Uji Reliabilitas dapat dilihat nilai *Cronbach alpha* untuk setiap pernyataan >0,6, maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dalam kuisioner dapat dinyatakan reliabel.

c. Uji Deskriptif Data

Deskriptif data merupakan representasi dari data yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam analisis deskriptif data, peneliti berupaya memahami gambaran atau kondisi dari responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Data yang diambil dari kuisioner mencakup jawaban responden, yang jumlah sampelnya mencapai 100 mahasiswa Kota Surabaya.

Tabel Rekapitulasi Tabulasi Sederhana

No.	Sub Variabel Motif	Skor Aktual	Rata-Rata	Kategori Skala
1	Motif <i>Interpersonal Utility</i>	1.215	3,03	Tinggi
2	Motif <i>Pass Time</i>	1.004	3,34	Sangat Tinggi
3	Motif <i>Seeking Information</i>	1.169	2,92	Tinggi
4	Motif <i>Entertainment</i>	1.292	3,23	Tinggi
5	Motif <i>Convenience</i>	1.594	3,18	Tinggi
Total		6274	3,14	Tinggi

Sumber : (Data olahan peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil rekapitulasi tabulasi sederhana diatas, diketahui bahwa nilai rata-rata keseluruhan yang diperoleh sebesar 3,14. Nilai tersebut berada dalam kelas interval antara 2,50 – 3,25 dan dikategorikan tinggi.

d. Pembahasan

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mencari tahu apa motif penggunaan media sosial *Threads* di kalangan mahasiswa Kota Surabaya. Peneliti menggunakan salah satu teori dari Katz, Blumler, dan Gurevitch mengenai teori *Uses and Gratification*. Menurut mereka audiens atau pengguna media memiliki sifat yang aktif dalam memilih media mana yang ingin mereka gunakan dan setiap audiens mempunyai tujuan yang berbeda terhadap media yang mereka pilih (dalam West & Turner, 2017).

Berdasarkan analisis data karakteristik responden dalam penggunaan media sosial *Threads* kategori jenis kelamin didapatkan bahwa laki-laki sebanyak 54 responden dan perempuan sebanyak 46 responden. Menurut data dari sensor tower dalam (Hidayat, 2023) mengenai demografi pengguna *Threads* ditemukan bahwa media sosial *Threads* didominasi oleh laki-laki. Dalam penelitian ini juga ditemukan hasil yang sama bahwa responden laki-laki lebih mendominasi dalam penggunaan media sosial *Threads* dikalangan mahasiswa di Kota Surabaya.

Karakteristik responden berdasarkan usia dikelompokkan kedalam tiga kelompok usia yaitu usia 19 – 21 tahun, 22 – 24 tahun, dan 25 – 28 tahun dengan hasil Sebagian besar responden berusia 19 - 21 tahun sebanyak 90% dan responden berusia 22 – 24 tahun sebanyak 10%. Dalam penelitian ini sesuai dengan teori menurut Susantoro dalam (Ramadha, 2009) yang mengatakan bahwa mahasiswa merupakan kalangan muda yang berumur antara 19 sampai 28 tahun, dimana dalam usia tersebut seseorang masih aktif bermain media sosial. Data

lain juga menunjukkan bahwa pengguna media sosial *Threads* dari 68% laki-laki dan 37% perempuan berada dalam kelompok usia 18 – 24 tahun (Rubin, 2023).

Berdasarkan karakteristik responden menurut waktu menggunakan media sosial *Threads* didapatkan hasil penelitian bahwa 79% responden menggunakan *Threads* selama 1-15 menit dalam sehari dan 21 responden menggunakan *Threads* selama 15-30 menit dalam sehari. Berdasarkan frekuensi responden menggunakan *Threads* ditemukan bahwa sebanyak 89% responden menggunakan *Threads* sebanyak 1-5 kali dalam sehari dan terdapat 11% responden menggunakan *Threads* sebanyak 6-10 kali dalam sehari. Pada bulan Agustus 2023 *Threads* memiliki 10,3 juta pengguna dengan rata-rata waktu penggunaan harian turun dari 21 menit menjadi 6 menit per hari (Rubin, 2023). Hal ini berbeda dengan data dari *We are social* yang menyatakan bahwa rata-rata orang Indonesia menggunakan media sosial selama 3 jam 18 menit dalam sehari (We Are Social, 2023). Menurut hasil pemaparan tersebut karena sebagian besar responden menggunakan *Threads* dengan waktu dan frekuensi yang lebih rendah, maka dapat disimpulkan penurunan waktu menggunakan *Threads* dapat dikatakan berpengaruh terhadap kalangan mahasiswa di Kota Surabaya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel motif penggunaan media sosial menurut (Papacharissi & Rubin, 2000) dengan 5 (lima) sub variabel yaitu variabel Motif Hubungan Interpersonal (*Interpersonal Utility*), Motif Melewatkan Waktu (*Pass Time*), Motif Pencarian Informasi (*Seeking Information*), Motif Hiburan (*Entertainment*), dan Motif Kenyamanan (*Convenience*). Berdasarkan pada hasil data penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti selanjutnya akan menjabarkan dan melakukan pembahasan untuk masing-masing motif dari setiap indikator.

Motif Hubungan Interpersonal (*Interpersonal Utility*)

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel tabulasi sederhana bahwa Motif Hubungan Interpersonal memperoleh skor rata-rata sebesar 3,03 dengan hasil tersebut, maka motif hubungan interpersonal termasuk kategori “Tinggi”. Artinya responden merasa bahwa media sosial *Threads* dapat memenuhi kebutuhan hubungan antar pribadi mereka. Dengan menggunakan *Threads* responden dapat mengekspresikan diri mereka dengan bebas, dapat berteman dengan orang baru, mendiskusikan suatu hal, hingga memberikan masukan dan saran kepada pengguna lainnya.

Motif Melewatkan Waktu (*Pass Time*)

Berdasarkan data penelitian yang ditunjukkan pada tabel tabulasi sederhana bahwa Motif Melewatkan Waktu memperoleh skor rata-rata sebesar 3,34 dengan hasil tersebut, maka motif melewati waktu termasuk dalam kategori “Sangat Tinggi”. Diantara sub variabel motif lainnya, motif melewati waktu menjadi motif dengan nilai rata-rata tertinggi. Dalam hal ini artinya, responden merasa bahwa mereka dapat menggunakan media sosial *Threads* untuk mengisi waktu luang atau ketika merasa bosan. Sebagian besar responden menggunakan *Threads* saat tidak melakukan aktivitas apapun.

Motif Pencarian Informasi (*Seeking Information*)

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh pada tabel tabulasi sederhana bahwa motif pencarian waktu memiliki skor rata-rata sebesar 2,92 dengan hasil ini maka motif pencarian informasi termasuk dalam kategori “Tinggi”. Diantara sub variabel motif lainnya, motif pencarian informasi menjadi motif dengan skor rata-rata terendah. Dalam hal ini artinya, responden merasa bahwa mereka dapat menggunakan *Threads* untuk kebutuhan dalam mencari berbagai macam informasi bahkan informasi yang ada disekitar mereka dan tanpa mengeluarkan biaya. Namun sebagian besar responden menggunakan *Threads* tidak untuk sebagai sarana dalam melakukan penelitian.

Motif Pencarian Informasi (*Seeking Information*)

Berdasarkan data penelitian yang ditunjukkan dalam tabel tabulasi sederhana bahwa motif hiburan mempunyai skor sebesar 3,23 dengan hasil ini maka motif hiburan dapat dikategorikan kedalam kategori “Tinggi”. Dalam hal ini artinya, responden merasa bahwa mereka dapat menggunakan *Threads* sebagai sarana mencari hiburan dengan maksud untuk melepaskan kepenatan dan dapat memberikan kesenangan, beberapa pengguna media sosial juga merasa bahwa membagikan konten berupa tulisan, foto atau video ke media sosial membuat mereka merasa senang.

Motif Kenyamanan (*Convenience*)

Berdasarkan hasil data penelitian yang diperoleh pada tabel tabulasi sederhana bahwa motif kenyamanan memiliki skor sebesar 3,18 dengan hasil ini maka motif kenyamanan dapat dikategorikan kedalam kategori skor “Tinggi”. Dalam hal ini artinya, responden merasa bahwa mereka menggunakan media sosial *Threads* karena dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis serta pengolahan data penelitian mengenai “Motif Penggunaan Media Sosial *Threads* di Kalangan Mahasiswa kota Surabaya”, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Dari penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa motif dari sebagian besar mahasiswa menggunakan media sosial *Threads* adalah untuk mengisi waktu luang dalam mengatasi rasa bosan dan waktu yang mereka luangkan untuk bermain media sosial *Threads* selama sekitar 1-15 menit dalam sehari dengan frekuensi membuka aplikasi *Threads* sebanyak 1-5 kali dalam sehari. Dalam hal ini fenomena menurunnya jumlah penggunaan *Threads* juga terjadi pada kalangan mahasiswa di Kota Surabaya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Pustakapelajar.
- Dana P. Turner. (2020). Sampling Methods in Research Design. *American Headache Society*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/head.13707>
- Daniswara, W. (2023, September). Indonesia Jadi Negara dengan Penggunaan Internet di HP Tertinggi di Dunia. *Tribunnews.Com*. <https://www.tribunnews.com/techno/2023/09/04/indonesia-jadi-negara-dengan-penggunaan-internet-di-hp-tertinggi-di-dunia>
- Elad, B. (2023). *Threads App Statistics By Demographics, Sign-Ups, User Growth, Revenue, History, Top Influencers*. Enterprise Apps Today. https://www.enterpriseappstoday.com/stats/threads-app-statistics.html#google_vignette
- Fajri, R. (2023). *Angka Pengguna Harian Threads Terus Menurun*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/weekend/602436/angka-pengguna-harian-threads-terus-menurun>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, M. (2023, September). Pengguna Threads Terus Menurun, Ini Penyebabnya. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/5386873/pengguna-threads-terus-menurun-ini-penyebabnya?page=4>
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Grup.

- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Saber*. Kencana Grup.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of internet use. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44(2), 175–196. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_2
- Ramadha. (2009). *Manajemen Mutu Berbasis Sekolah*. Sarana Panca Karya Nusa.
- Rubin, S. (2023, September 26). The Pro & Cons of Meta's Threads: Do We Really Need Another Social Media Platform? *Rebel Interactive*. <https://rebelinteractivegroup.com/blog/the-pros-cons-of-metas-threads/>
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- We Are Social. (2023). DIGITAL: INDONESIA 2023. In *PT We are social Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- West, Richard dan Turner, L. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Salemba Humanika.