



**Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Kelas Reguler**

**Vincentius Reymon Henrian
4410401-050
Program Studi Broadcasting
(i-iv) + 78 halaman; 2 artikel internet; 24 buku (1991-2009)**

ABSTRAKSI

Efek Penggunaan Situs Jejaring Sosial *Facebook* terhadap Kecenderungan Perilaku Sosial Mahasiswa Jurusan Broadcasting Universitas Mercu Buana Angkatan 2009

Banyak media dan teknologi untuk berkomunikasi telah ditemukan, salah satunya adalah internet yg menyediakan fasilitas seperti blog atau sarana jejaringan sosial seperti *Friendster, Facebook dan lain-lain*. *Facebook* adalah situs web jaringan sosial atau pertemanan yang saat ini sedang digandrungi berbagai kalangan. Rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana efek penggunaan dari situs jejaring sosial *Facebook* terhadap kecenderungan perilaku sosial mahasiswa jurusan Broadcasting Universitas Mercu Buana angkatan 2009. Sedangkan tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui efek penggunaan dari situs jejaring sosial *Facebook* terhadap kecenderungan perilaku sosial mahasiswa jurusan Broadcasting Universitas Mercu Buana angkatan 2009.

Tinjauan pustaka pada konsep penelitian yang digunakan mengacu pada Teori *Uses and Gratification* (kegunaan dan kepuasan) yang dikenalkan pada tahun 1974 oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz dalam bukunya *The Uses on Mass Communications : Current Perspective on Gratification Research*. Yang mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih menggunakan media tersebut dalam proses komunikasi yang meliputi media cetak, elektronik, dan Cyber Space.

Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode survey dengan tipe penelitian deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memperoleh data atau informasi dengan melakukan populasi dan sampel kepada mahasiswa Universitas Mercu Buana angkatan 2009.

Responden menginterpretasikan jawabannya dengan baik pada kecenderungan peranan, yakni lebih memilih lebih pro sosial (87.4%), tidak menutup diri dalam pergaulan (95.8%) dan tidak merasa *Facebook* dapat menimbulkan kepopuleran (53.5%) ; pada kecenderungan sosiometrik, yakni lebih suka berteman melalui dunia nyata (53.5%) ; pada ekspresi, lebih spontan melakukan hal-hal yang tak terduga (46.5%) dan notifikasi yang masuk membuat suasana hati berubah-ubah (52.1%).