

Hubungan antara Grup *Facebook* Sehati dengan Motivasi pada Penderita Patah Tulang Kaki untuk Sembuh
(Studi Korelasional antara Interaksi Sosial di Grup *Facebook* SEHATI dengan Motivasi pada Penderita Patah Tulang Kaki untuk Sembuh)
Relationship Between Sehati Facebook Group with Motivation on Patients of Broke Bone for Healing
(Correlational Study between Social Interaction in the Sehati Facebook Group with Motivation on Patients with Broken Bones for Healing)

¹Berry Mandala Putra E, ²Riza Hernawati

^{1,2}*Prodi Ilmu Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹berrymandala@gmail.com, ²rizahernawati@unisba.ac.id

Abstract : Facebook is one of social media sites where the users can interact in the virtual world. Facebook also make user easier to join community or group. For example city, jobs, university even to make a circle for interact and sharing information. Group SEHATI is one of facebook group which is consist of users who has (broken leg/ leg fracture) or on recovery process. This research aim is to look interaction proses between each member of SEHATI to motivates them for get recovery. Research methods that used on this research is giving questioner for 259 respondents with Simple Random Sampling. This research using descriptive analysis for respondents and (uji korelasi spearman). Finding of this research is prove that relation between social interaction variable that affect motivation of other user which cause coefficient correlation. But, from that test average of coefficient correlation value is way to low. Therefore that group need gathering to increase relation between members of Facebook Group SEHATI and also we need to held "Seminar" in every city for give education to the society wether they join the facebook group or not. furthermore SEHATI can become a legal foundation, so they can cooperate with government.

Key word: social interaction, social media, facebook, motivation, facebook group SEHATI

Abstrak : *Facebook* adalah *website* jaringan sosial dimana para pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lain dalam dunia virtual. Selain itu, *Facebook* pun mempermudah seseorang untuk dapat bergabung dalam komunitas atau grup. Seperti kota, kerja, kampus, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain sehingga ada pertukaran informasi. Grup SEHATI dalam *Facebook* adalah kumpulan individu yang tergabung dalam sebuah forum media sosial yang dimana forum tersebut anggotanya berisi individu-individu yang sedang maupun pernah mengalami patah tulang kaki. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara interaksi sosial di grup *Facebook* SEHATI dengan motivasi pada penderita patah tulang kaki untuk sembuh. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disebarkan kepada 259 responden dengan metode pengambilan *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dari responden dan uji korelasi *spearman*. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel interaksi sosial yang mempengaruhi motivasi sehingga menghasilkan nilai koefisien korelasi. Namun dari hasil uji tersebut nilai koefisien korelasi berada pada rata-rata tingkat yang rendah sehingga perlu diadakannya pertemuan secara langsung untuk meningkatkan hubungan pada grup *Facebook* SEHATI dan diadakan seminar di setiap daerah guna memberikan edukasi secara langsung kepada masyarakat baik yang tergabung di Grup SEHATI maupun yang tidak. Selain itu, semoga untuk kedepannya SEHATI menjadi sebuah yayasan yang mempunyai badan hukum, sehingga dapat bekerjasama dengan instansi pemerintah.

Kata kunci: interaksi sosial, media sosial, facebook, motivasi, grup facebook SEHATI.

A. Pendahuluan

Teknologi komunikasi berkembang sangat pesat mengakibatkan beragamnya teknologi informasi komunikasi yang muncul. Media massa maupun media baru seperti media jejaring sosial telah memiliki pengaruh signifikan. *Facebook* adalah *website* jaringan sosial dimana para pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lain dalam dunia virtual. Komunitas merupakan merupakan salah satu wadah berkumpulnya orang-orang yang memiliki kesamaan latar belakang. Sehingga mampu saling berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan masing-masing dan untuk saling mempengaruhi. Dalam aksesnya pada *Facebook*, komunitas penderita patah tulang ini membentuk grup, sehingga kegiatan komunitas terfokus dalam grup tersebut. Grup *Facebook* ini merupakan media *sharing* dan bertukar informasi antar anggota tentang seputar patah tulang. Dalam sebuah *cyber community* seperti pada grup *Facebook* penderita patah tulang kaki (SEHATI) ini memiliki dinamika interaksi yang tidak jauh beda dengan komunitas pada umumnya di dunia nyata.

Grup SEHATI dalam *Facebook* adalah kumpulan individu yang tergabung dalam sebuah forum media Sosial yang ada di aplikasi *Facebook* yang dimana Forum tersebut anggotanya berisi Individu-individu yang sedang maupun pernah mengalami patah tulang kaki, dimana mereka dapat pertukar pikiran dan informasi perihal patah tulang kaki. Di Grup SEHATI bebas bercanda untuk mengurangi stres, asal tetap saling menghormati. Mengalami patah di bagian kaki memang bukan hal yang menyenangkan, yang tadinya bisa beraktivitas kesana kemari jadi mengalami banyak kesulitan, kebanyakan hanya bisa berdiam diri di

rumah. Hari-hari yang dijalani cenderung membosankan, menjenuhkan, dan terkadang muncul rasa putus asa.

Dengan adanya Grup *Facebook* SEHATI para penderita yang tergabung dapat berdiskusi dan dapat mendapatkan informasi perihal patah tulang baik dari member yang pernah mengalami kasus yang sama maupun yang sedang mengalami kasus yang sama.

Maka dari itu penelitian memiliki beberapa tujuan, yakni:

1. Bagaimana bentuk Hubungan antara Kontak sosial dan *Existence*?
2. Bagaimana bentuk Hubungan antara Kontak sosial dan *Relatedness*?
3. Bagaimana bentuk Hubungan antara Kontak sosial dan *Growth*?
4. Bagaimana bentuk Hubungan antara Komunikasi dan *Existence*?
5. Bagaimana bentuk Hubungan antara Komunikasi dan *Relatedness*?
6. Bagaimana bentuk Hubungan antara Komunikasi dan *Growth*?
7. Apakah ada Hubungan antara interaksi sosial antar anggota *group Facebook* Sehati dengan Motivasi pada Penderita Patah Tulang Kaki untuk sembuh?

B. Landasan Teori

Komunikasi massa dalam tinjauan praktis adalah proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) dengan menggunakan media massa sebagai perantaranya. Di samping pengiriman pesannya menggunakan media massa, pihak komunikan dalam komunikasi massa ini tidak berjumlah satu orang saja, tetapi melibatkan banyak orang. Dengan kata lain pesan dalam komunikasi massa ini diperuntukkan kepada massa. Dalam peninjauan para pakar komunikasi, definisi komunikasi massa paling

sederhana dikemukakan oleh Gerbner (1967) yang dikutip dari buku Komunikasi Massa, karangan Ardianto, yaitu: “Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies” (2007:3). Definisi tersebut, mengartikan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Media dalam komunikasi menurut Effendi (1986) adalah komponen dari komunikasi interpersonal yang merupakan saluran atau sarana yang memfasilitasi pihak yang saling berkomunikasi secara tidak langsung. Dengan adanya perkembangan teknologi, muncul internet yang menghapus batasan waktu dan tempat, sehingga memungkinkan orang untuk berkomunikasi dengan orang di bagian bumi yang lain kapan pun. Komunikasi yang bermediakan internet inilah yang kemudian disebut dengan media sosial. (dalam Setyawan, 2016: 29). *Facebook* adalah situs jejaring sosial (*social networking*) atau disebut juga layanan jaringan sosial secara online, yang memungkinkan penggunaanya saling berinteraksi dan berbagi informasi di seluruh dunia (Arifin dalam Chairunnisa, 2010: 34).

Media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang World Wide Web (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka,

fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat. (Solomon, 2011: 52)

Menurut Soerjono Soekanto (2005:64) Suatu Interaksi Sosial tidak akan mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat, yaitu (1) adanya Kontak Sosial, (2) adanya komunikasi. Kata kontak berasal dari Bahasa Latin *con* atau *cum* (yang artinya bersama-sama) dan *tango* (yang artinya menyentuh), jadi artinya secara harafiah adalah bersama-sama menyentuh. Secara fisik, kontak baru terjadi apabila terjadi hubungan badaniah, sebagai gejala sosial itu tidak perlu berarti suatu hubungan badaniah, oleh karena orang dapat mengadakan hubungan dengan pihak lain tanpa menyentuhnya, seperti misalnya, dengan cara berbicara dengan pihak lain tersebut. Apabila dengan perkembangan teknologi dewasa ini, orang-orang dapat berhubungan satu dengan yang lainnya melalui telepon, telegrap, radio, surat dan seterusnya, yang tidak memerlukan suatu hubungan badaniah. Bahkan dapat dikatakan bahwa hubungan badaniah tidak perlu menjadi syarat utama terjadinya kontak (Kingsley Davis dalam Soekanto, 2005: 65)

Menurut Uno (2012: 3) Motivasi merupakan dorongan yang terdapat dalam diri untuk seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya. Motivasi dapat dipandang sebagai suatu rantai reaksi yang dimulai dari adanya kebutuhan, kemudian timbul keinginan untuk memuaskannya (mencapai tujuan), sehingga menimbulkan ketegangan psikologis yang akan mengarahkan perilaku kepada tujuan.

Teori motivasi ERG adalah penyempurnaan dari teori kebutuhan yang dikemukakan Maslow. Menurut Alderfer dalam Robbins (2001:171). Mengemukakan ada tiga hirarki dalam kebutuhan inti yaitu eksistensi (*existence*), kekerabatan atau berhubungan (*Relatedness*), dan pertumbuhan (*Growth*).

Adapun ketiga hirarki dalam kebutuhan inti tersebut dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Kebutuhan Eksistensi (*Existence*)

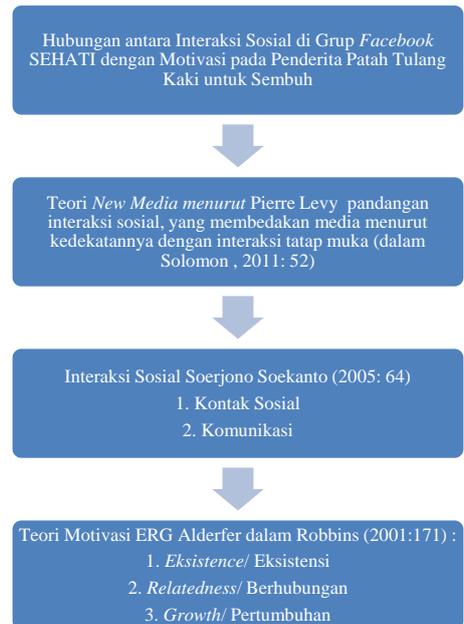
Kebutuhan yang pertama adalah kebutuhan eksistensi merupakan pemberian persyaratan eksistensi materil dasar, mencakup butir-butir yang oleh Maslow dianggap sebagai kebutuhan keamanan serta keselamatan dan kebutuhan fisiologis seperti gaji, kondisi kerja, peralatan kerja atau kebutuhan mendasar manusia untuk bertahan hidup dan sebagainya.

2. Kebutuhan berhubungan (*Relatedness*)

Kebutuhan yang kedua adalah kebutuhan merupakan hasrat yang kita miliki untuk memelihara hubungan antarpribadi yang bermanfaat. Hasrat sosial dan status menuntut interaksi dengan orang-orang lain agar dipuaskan, dan hasrat ini segaris dengan kebutuhan sosial Maslow.

3. Kebutuhan pertumbuhan (*Growth*)

Kebutuhan yang ketiga adalah kebutuhan pertumbuhan. Kebutuhan pertumbuhan adalah suatu hasrat instrinsik untuk perkembangan pribadi, mencakup komponen instrinsi dari kategori penghargaan Maslow dan karakteristik-karakteristik yang tercakup pada aktualisasi diri.



Kerangka Pemikiran
Sumber: Hasil Olahan Peneliti,
2019.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Peneliti memberikan pernyataan kepada 259 responden anggota di grup *Facebook* SEHATI. Pernyataan tersebut terdiri dari 8 pernyataan. Hasil pengolahan data dengan jumlah skor total mengenai pernyataan-pernyataan yang mengukur dimensi variabel interaksi sosial dilihat pada tabel di bawah:

Tanggapan Responden Terhadap Interaksi Sosial Pada Grup *Facebook* SEHATI

Dimensi Interaksi Sosial	Rata-Rata Skor
Kontak Sosial	76,2%
Komunikasi	76,8%
Rata-Rata Skor	76,5%

Sumber: Hasil Olah Data Penulis,
2019

Dari 2 dimensi variabel tersebut presentase terbesar dimiliki oleh dimensi komunikasi, artinya responden telah menanggapi bahwa interaksi sosial pada

grup Facebook SEHATI memiliki komunikasi yang baik. Namun, terdapat juga dimensi yang lebih rendah yaitu dimensi kontak sosial, yang artinya grup Facebook SEHATI harus mampu mencari solusi untuk memperbaikinya.

Peneliti memberikan pernyataan kepada 259 responden anggota di grup Facebook SEHATI. Pernyataan tersebut terdiri dari 9 pernyataan. Hasil pengolahan data dengan jumlah skor total mengenai pernyataan-pernyataan yang mengukur dimensi variabel motivasi dilihat pada tabel di bawah:

Dimensi Motivasi	Rata-Rata Skor
<i>Existence</i>	76,5%
<i>Relatedness</i>	87,1%
<i>Growth</i>	84,8%
Rata-Rata Skor	82,8%

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2019

Pada tabel diatas dari 3 dimensi indikator tersebut presentase terbesar dimiliki oleh dimensi *Relatedness*, artinya responden telah menanggapi bahwa mereka merasa puas terhadap hubungan yang ada pada grup untuk memenuhi kebutuhan hasrat sosial yang baik. Namun, terdapat juga dimensi yang lebih rendah yaitu dimensi *Existence*, yang artinya grup Facebook SEHATI harus mampu mencari solusi untuk memperbaiki kebutuhan fisiologisnya.

Analisis *statistic inferensial* berfungsi menguji hipotesis dengan menggunakan uji *statistic* untuk mengukur hubungan antar variabel sehingga dapat diketahui apakah hipotesis diterima atau ditolak. Interaksi sosial sebagai variabel bebas (X) terdiri dari dua sub variabel yakni kontak sosial (X1) dan komunikasi (X2). Variabel X serta kedua subvariabelnya tersebut masing-masing akan dicari hubungannya dengan variabel Motivasi (Y) yang memiliki tiga sub variabel yaitu *Existence* (Y1), *Relatedness* (Y2), dan

Growth (Y3), melalui analisis korelasional Rank Spearman. Setelah koefisien interpretasi terhadap koefisien korelasi yang diperoleh atau nilai r untuk mengetahui tingkat hubungan tersebut seperti dijabarkan dalam tabel berikut:

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2017: 231)

		Correlations		
			Interaksi Sosial	Motivasi
Spearman's rho	Interaksi Sosial	Correlation	1,000	,348*
		Coefficient		.
		Sig. (2-tailed)		,000
		N	259	259
Motivasi	Interaksi Sosial	Correlation	,348**	1,00
		Coefficient		0
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	259	259

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

Secara keseluruhan hubungan dari variabel X dengan variabel Y setelah dilakukan perhitungan maka hasil dari pengujian hipotesis korelasional hubungan antara Interaksi Sosial dengan Motivasi diperoleh dengan hasil signifikansi atau $P_{value} = 0.000$ taraf signifikansi yang ditetapkan oleh peneliti adalah $\alpha = 0.05$, karena $\alpha >$ signifikansi (Sig.) maka hasil pengujian hipotesis dapat diartikan $0.05 > 0.000$ yang artinya tolak H_0 dan H_1 diterima. Hal ini berarti terdapat hubungan antara Interaksi Sosial dengan Motivasi. Tabel di atas menunjukkan nilai koefisien

korelasi sebesar 0.348 dengan demikian hubungan antara Interaksi Sosial dengan Motivasi terdapat pada tingkat hubungan yang rendah.

Penerimaan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang rendah antara Interaksi Sosial dengan Motivasi, menunjukkan bahwa Interaksi Sosial di group Facebook SEHATI memiliki hubungan antara dua orang atau lebih untuk mempengaruhi yang menjadikan Motivasi sebagai dorongan dari dalam diri untuk melakukan perubahan namun berada pada tingkat yang rendah.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka penulis dapat mengambil keputusan yang dijadikan jawaban pada tujuan dan kegunaan penelitian ini. Maka dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Terdapat Hubungan antara Kontak Sosial dengan *Existence* pada anggota group Facebook SEHATI yang diperoleh dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,357. Artinya terdapat tingkat hubungan yang rendah. Hal ini berarti terdapat hubungan antara Kontak Sosial dengan *Existence* pada anggota group Facebook SEHATI.
2. Terdapat Hubungan antara Kontak Sosial dengan *Relatedness* pada anggota group Facebook SEHATI yang diperoleh dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,144. Artinya terdapat tingkat hubungan yang sangat rendah. Hal ini berarti terdapat hubungan antara Kontak Sosial dengan *Relatedness* pada anggota group Facebook SEHATI.
3. Terdapat Hubungan antara Kontak Sosial dengan *Growth* pada anggota group Facebook SEHATI yang diperoleh dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,222. Artinya terdapat tingkat hubungan yang

rendah. Hal ini berarti terdapat hubungan antara Kontak Sosial dengan *Growth* pada anggota group Facebook SEHATI.

4. Terdapat Hubungan antara Komunikasi dengan *Existence* pada anggota group Facebook SEHATI yang diperoleh dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,353. Artinya terdapat tingkat hubungan yang rendah. Hal ini berarti terdapat hubungan antara Kontak Sosial dengan *Existence* pada anggota group Facebook SEHATI.
5. Terdapat Hubungan antara Komunikasi dengan *Relatedness* pada anggota group Facebook SEHATI yang diperoleh dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,191. Artinya terdapat tingkat hubungan yang rendah. Hal ini berarti terdapat hubungan antara Komunikasi dengan *Relatedness* pada anggota group Facebook SEHATI.
6. Terdapat Hubungan antara Komunikasi dengan *Growth* pada anggota group Facebook SEHATI yang diperoleh dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,189. Artinya terdapat tingkat hubungan yang sangat rendah. Hal ini berarti terdapat hubungan antara Komunikasi dengan *Growth* pada anggota group Facebook SEHATI.
7. Terdapat Hubungan antara Interaksi Sosial dengan Motivasi pada anggota group Facebook SEHATI yang diperoleh dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,348. Artinya terdapat tingkat hubungan yang rendah. Hal ini berarti terdapat hubungan antara Interaksi Sosial dengan Motivasi pada anggota group Facebook SEHATI.

E. Saran

Saran Teoritis

Untuk penelitian selanjutnya

diharapkan mampu melihat hubungan antara Interaksi Sosial dengan variabel lainnya selain Motivasi.

Saran Praktis

Facebook adalah *website* jaringan sosial dimana para pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lain dalam dunia virtual. Selain itu, *Facebook* pun mempermudah seseorang untuk dapat bergabung dalam komunitas atau grup. Seperti kota, kerja, kampus, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain sehingga ada pertukaran informasi. Grup SEHATI dalam *Facebook* adalah kumpulan individu yang tergabung dalam sebuah forum media sosial yang dimana forum tersebut anggotanya berisi individu-individu yang sedang maupun pernah mengalami patah tulang kaki. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara interaksi sosial di grup *Facebook* SEHATI dengan motivasi pada penderita patah tulang kaki untuk sembuh. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disebar kepada 259 responden dengan metode pengambilan *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dari responden dan uji korelasi *spearman*. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel interaksi sosial yang mempengaruhi motivasi sehingga menghasilkan nilai koefisien korelasi. Namun dari hasil uji tersebut nilai koefisien korelasi berada pada rata-rata tingkat yang rendah sehingga perlu diadakannya pertemuan secara langsung untuk meningkatkan hubungan pada grup *Facebook* SEHATI dan diadakan seminar di setiap daerah guna memberikan edukasi secara langsung kepada masyarakat baik yang tergabung di Grup SEHATI maupun yang tidak. Selain itu, semoga untuk kedepannya SEHATI menjadi sebuah yayasan yang mempunyai badan hukum, sehingga dapat bekerjasama dengan instansi pemerintah.

F. Pustaka

- Ardianto, Elvinaro., Komala, Lukiati, dan Karlinah, Siti. 2007. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Medika.
- Bagdakian, Ben H. 2004. *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Lievrouw, Leah., Sonia, Livingstone. 2006. *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*. London: SAGE Publication Ltd.
- McQuaill, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morrisan. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ruben, Brent and Lea P Steward. 1998. *Communication and Human Behavior*. USA: Allyn and Bacon.
- Santosa, Slamet. 2004. *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Singarimbun, Masri & Sopian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soekanto, Suryono. 2005. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Solomon, Michael. R. 2011. *Consumer Behavior : Buying, Having and Being*, 9th ed.,. New Jersey: Pearson Addison Wesley.
- Sugiyono, 2017. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta