

PENGARUH LITERASI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI STKIP PGRI JOMBANG

Miftah Taufiq¹, Nanik Sri Setyani²

^{1,2}STKIP PGRI Jombang Jl.Pattimura III/20 Jombang

¹miftahtopik26@gmail.com, ²nanik.stkipjb@gmail.com

Abstract

Information technology from time to time always experiences innovation and progress. In the midst of the rise of social media users from time to time, more and more businesses and jobs have been done through social media. Social media for STKIP PGRI Jombang students is important and has become a necessity in communicating and carrying out activities and the level of use of social media is quite high. This study aims to determine the effect of social media literacy on the entrepreneurial interest of students of the Economic Education Study Program STKIP PGRI Jombang. This method of research is quantitative with a population of 86 students from the 2017 and 2018 batches of the Economic Education Study Program. Determining the number of samples using proportional random sampling obtained 76 samples. Data collection is done by using a questionnaire questionnaire. Data analysis using simple linear regression analysis technique. Based on the results of data analysis and discussion of research results that have been carried out, the conclusions of this study are; There is an influence of Social Media Literacy on the entrepreneurial interest of students of the STKIP PGRI Jombang Education Study Program.

Keywords: Social Media Literacy, Interest in Entrepreneurship

Abstrak

Teknologi informasi dari masa ke masa selalu mengalami inovasi dan kemajuan. Ditengah maraknya pengguna media sosial dari masa ke masa, semakin banyak pula bisnis dan pekerjaan yang telah dilakukan melalui media sosial. Media sosial bagi Mahasiswa STKIP PGRI Jombang merupakan hal yang penting dan sudah menjadi kebutuhan dalam berkomunikasi maupun menjalankan aktifitas dan tingkat penggunaan media sosial yang cukup tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan populasi sebanyak 86 mahasiswa yang berasal dari mahasiswa angkatan 2017 dan 2018 Program Studi Pendidikan Ekonomi. Menentukan jumlah sampel dengan menggunakan proposional random sampling didapatkan 76 sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menggunakan angket kuesioner. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah ada pengaruh Literasi Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan STKIP PGRI Jombang.

Kata kunci : Literasi Media Sosial, Minat Berwirausaha

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dari masa ke masa selalu mengalami inovasi dan kemajuan. Di setiap peradaban manusia, teknologi informasi merupakan wujud kebutuhan selain kebutuhan primer sekunder dan tersier, dimana teknologi informasi dapat digunakan sebagai pelengkap hidup manusia. Di era modern ini, teknologi informasi sudah mencapai tingkat hampir sempurna dengan ditandai terciptanya alat telekomunikasi atau media sosial yang kini sudah menjadi konsumsi sehari-hari. Komunikasi merupakan hal yang sangat penting bagi manusia, karena hakekat manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan sesama manusia dalam berkehidupan.

Literasi Media Sosial adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi pencitraan media. Kemampuan untuk melakukan hal ini ditujukan agar pemirsa sebagai konsumen media menjadi sadar tentang cara media dibuat dan diakses serta pemanfaatan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Jika dilihat dari [1] *Individual Competence Framework* dari *Final Report Study on Assessment Criteria for Media Literacy Level* (2009) yang diselenggarakan oleh *European Commission*, kemampuan literasi media merupakan kapasitas individu yang berkaitan dengan melatih keterampilan tertentu (akses, analisis, komunikasi). Kompetensi ini ditemukan dalam satu bagian yang lebih luas dari kapasitas yang meningkatkan tingkat kesadaran, kekritisan dan kapasitas kreatif untuk memecahkan permasalahan. Kompetensi *Individual competences* memiliki tiga variabel, yaitu kemampuan individu yang terdiri dari *Technical Skill* dan *Critical Understanding*, serta kompetensi sosial yang berupa *Communicative Abilities*

Saat ini internet sudah menjadi kebutuhan bagi setiap manusia. Berkembangnya pemanfaatan media sosial berbasis internet memudahkan dalam berinteraksi sosial dan berkomunikasi serta mencari informasi dalam segala hal. Seperti yang dikemukakan oleh [2] Maryono dan Patmi (2008:2) bahwa "Internet adalah jaringan-jaringan komputer sedunia yang menghubungkan satu sama lain". Banyak kegiatan dan kebutuhan manusia yang bergantung dengan adanya internet seperti halnya mengajar, mengakses informasi, bekerja, berbisnis dan masih banyak lagi. Manusia sangat terbantu dengan adanya internet karena mampu meringankan pekerjaan yang biasanya dilakukan dengan cara tradisional dan manual, kini sudah bisa diselesaikan dengan bantuan internet. Semakin praktis dan menghemat waktu serta tenaga jika internet mampu digunakan dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Seperti halnya ketika memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti transaksi jual beli yang dulu mengharuskan penjual dan pembeli bertemu langsung dan tatap muka kini sudah bisa diganti dengan sistem *online* atau biasa disebut *online shop* melalui *marketplace* atau media sosial.

Perkembangan teknologi di bidang komunikasi ini sudah terbukti merambah kebidang kewirausahaan. Menurut [3] Peter F. Drucker dalam Kasmir (2011:20) kewirausahaan adalah suatu kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian tersebut mengandung maksud bahwa seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan suatu hal baru. Atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya

Di kalangan mahasiswa juga sudah berkembang pesat tentang minat kewirausahaan berbasis teknologi komunikasi atau media sosial. Menurut [4] Krueger dan Carsrud dalam Mopangga (2014:79) minat berwirausaha merupakan predikat terbaik untuk perilaku dalam berwirausaha. Langkah awal ketika seseorang ingin membuka usaha atau berwirausaha harus memiliki minat dan motivasi, agar apa yang diusahakan bisa berjalan dengan baik dan memiliki tujuan yang jelas. Sehingga dapat mempermudah perkembangan kewirausahaan yang ingin dijalankan.

Media sosial bagi Mahasiswa mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2017 dan 2018 STKIP PGRI Jombang sudah menjadi kebutuhan dalam berkomunikasi, hal ini merupakan latar beakang ketertarikan peneliti memilih mahasiswa sebagai obyek. Peneliti memilih judul Pengaruh Literasi Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi pendidikan ekonomi tahun angkatan 2017 dan 2018 sebanyak 86 mahasiswa. Penentuan besarnya sampel mengacu pada tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Berdasarkan tabel tersebut, dari populasi berjumlah 86 mahasiswa dengan taraf kesalahan 5% maka diambil sampel 76 mahasiswa.

Indikator Variabel X

Variabel	Indikator	Nomor	Jumlah
Literasi media sosial (X)	<i>Technical skill</i> (keterampilan)	1,2,3	3
	<i>Critical Understanding</i> (Pemikiran kritis)	4,5,6	3
	<i>Communicative abilities</i> (kemampuan berkomunikasi)	7,8,9	3
Total			9

Indikator Variabel Y

Variabel	Indikator	Nomor	Jumlah
Minat berwirausaha (Y)	Prestis sosial	10,11,12	3
	Tantangan pribadi	13,14,15	3
	Menjadi bos	16,17,18	3
	Keuntungan	19,20,21	3
Total			12

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel 1: Indikator Literasi Media Sosial (X) didapatkan t_{hitung} sebesar 0,676 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka indikator Literasi Media Sosial (X) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang. Sehingga dapat disimpulkan menerima H_1 dan menolak H_0 artinya Literasi media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang.

Tabel 1: Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.794	2.614		4.893	.000
	Minat Berwirausaha(Y)	.676	.097	.629	6.955	.000

a. Dependent Variable: Literasi Media Sosial(X)

Berdasarkan Tabel 2: nilai koefisien determinasi (R Square) adalah 0,320 atau 32%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Literasi Media Sosial (X) berpengaruh terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y) sebesar 32%. Dalam hasil penelitian ini diketahui bahwa Literasi Media sosial mampu mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP termasuk dalam kategori Sedang.

Tabel 2: Nilai Koefisien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.566 ^a	.320	.311	3.007

a. Predictors: (Constant), Minat Berwirausaha(Y)

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan pula bahwa dalam penggunaan sosial media, mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang memiliki kemampuan dalam berkomunikasi dengan sesama yang sangat baik. Menandakan mahasiswa cenderung mampu melakukan interaksi dengan menggunakan sosial media dan jika dikembangkan maka bisa menjadi peluang untuk berwirausaha. Karena yang diperlukan dalam berwirausaha melalui sosial media adalah kemampuan untuk berkomunikasi dan mengekspresikan diri sehingga mampu membuat orang lain tertarik. Kemudian didukung dengan kepribadian yang menyukai hal-hal baru dan tantangan yang akan membentuk karakter mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang menjadi lebih unggul dalam dunia pendidikan dan kewirausahaan.

Dengan adanya media sosial di era sekarang segala hal terbantu dan bisa dilakukan dengan mudah walau dengan jarak yang cukup jauh. Berdasarkan hasil penelitian informasi yang tertera di media sosial khususnya *Instagram*, *Facebook*,

Whatsapp dan *Telegram*, mampu menarik perhatian mahasiswa STKIP PGRI Jombang khususnya Program Studi Pendidikan Ekonomi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa ada pengaruh Literasi Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan STKIP PGRI Jombang dengan tingkat pengaruh sebesar 32% dan 68% dipengaruhi oleh faktor lain.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan kepada Program Studi Pendidikan Ekonomi agar meningkatkan kegiatan pengenalan literasi media sosial kepada mahasiswa yang dikaitkan dengan *workshop* kewirausahaan. Terutama kemampuan komunikasi lewat media sosial, agar mahasiswa tidak hanya mampu menjadi calon pendidik yang unggul tetapi juga mampu mengembangkan potensi dalam berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. European Commission.2009: *Study on assessment Criteria for Media Literacy levels*, brussels
- [2]. Maryono, Y dan Istiana, B. Patmi. 2007.*Teknologi Informasi Dan Komunikasi. Edisi Pertama. Cetakan Pertama*. Jakarta: Yudhistira.
- [3]. Kasmir. 2014. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Press
- [4]. Mopangga, Herwin. 2014. *Faktor Determinan Minat Wirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo*. Trikonomika.