

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU
IMITASI PADA ANAK-ANAK DI SD S IT DAARUSSAKINAH
KABUPATEN ASAHA**

SKRIPSI

OLEH:

ALPI SUKRIAN NASUTION

19.853.0143



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

UNIVERSITAS MEDAN AREA²⁰²⁵

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 3/9/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU
IMITASI PADA ANAK-ANAK DI SD S IT DAARUSSAKINAH
KABUPATEN ASAHAH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Universitas Medan Area

OLEH:

ALPI SUKRAN NASUTION

19.853.0143

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

UNIVERSITAS MEDAN AREA 2025

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 3/9/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Alpi Sukrian Nasution
NPM : 198530143
Judul Skripsi : Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Imitasi Pada
Anak-Anak Di SD S IT Daarussakinah Kabupaten Asahan

Disetujui Oleh :



Ria Wuri Andary, S.Sos, M.I.Kom
Dosen Pembimbing



Dr. Walid Musthafa Sembiring, S.Sos., M.IP
Dekan



Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos., MAP
Ka. Prodi Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus 13 Februari 2025
UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 3/9/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan aturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 13 Februari 2025



Alpi Sukrian Nasution

198530143

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 3/9/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alpi Sukrian Nasution
NPM : 198530143
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti (Non-exclusive Royalty-Free-Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:
"Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Imitasi Pada Anak-Anak Di SD S It Daarussakinah Kabupaten Asahan"

Dengan Hak Bebas Royalti Non-exclusive, mengelola dalam bentuk pembagian (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di:

Medan, 13 Februari 2025

Yang menyatakan



Alpi Sukrian Nasution

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 3/9/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU IMITASI
PADA ANAK-ANAK DI SD S IT DAARUSSAKINAH KABUPATEN
ASAHAN**

Oleh:

Alpi Sukrian Nasution

19.853.0143

ABSTRAK

Media sosial merupakan sebuah media online di mana para penggunanya dapat berpartisipasi dengan mudah. Berbagi, dan menciptakan konten yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Sedangkan perilaku Imitasi atau meniru merupakan proses yang didapati seseorang dari apa yang sebelumnya dialami, dengan melakukan tindakan dari model dengan melibatkan indera sebagaipengolah informasi yang berupa perilaku. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat sejauh apa penggunaan media sosial mempengaruhi perilaku imitasi anak-anak. Variabel terikat pada penelitan ini adalah perilaku imitasi dan variabel bebas adalah penggunaan media sosial. Populasi pada penelitan ini adalah seluruh siswa/siswi SD Swasta Islam Terpadu Daarussakinah kabupaten Asahan yang berjumlah 121 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling yang termasuk kedalam non-probability sampling. Alat ukur yang digunakan adalah skala likert. Pengelolahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik koefisien korelasi dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,230 yang berarti ada korelasi positif yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan perilaku imitasi anak-anak. Adapaun koeifisen determinasi sebesar 0,066 artinya penggunaan media sosial mempengaruhi perilaku imitasi anak-anak sebesar 6,6% sedangkan 93,4% merupakan faktor lain.

Kata Kunci : Media sosial, perilaku imitasi, anak-anank

ABSTRACT

Social media is an online platform where users can easily participate, share, and create content including blogs, social networks, wikis, forums, and virtual worlds. Meanwhile, imitation behavior is a process acquired by an individual from past experiences by performing actions from a model involving the senses as processors of behavior-based information. The purpose of this research was to examine the effect of social media use on children's imitation behavior. The dependent variable in this research was imitation behavior and the independent variable was social media use. The population in this research was all students of Daarussakinah Integrated Islamic Private Elementary School in Asahan Regency, totaling 121 individuals. The sampling technique used total sampling, which is included in non-probability sampling. The measuring instrument used was a Likert scale. Data processing in this research used correlation coefficient and determination coefficient techniques. The results of the research showed a correlation coefficient of 0.230, indicating a significant positive correlation between social media use and children's imitation behavior. The determination coefficient was 0.066, meaning that social media use affected children's imitation behavior by 6.6%, while the remaining 93.4% was influenced by other factors.

Keywords: Social Media, Imitation Behavior, Children



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 3/9/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kotapinang Pada tanggal 23 April 2000 dari Ayah Ahmad Syukur Nasution dan Ibu Nurhamna Sagala. Penulis merupakan Putra sulung dari 2 bersaudara. Penulis memiliki 1 adik laki-laki. Penulis akrab dengan dunia digital dan teknologi. Selain itu penulis juga mempelajari bidang-bidang kebahasaan. Pada tahun 2018, penulis lulus dari SMA dan pada tahun 2019 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.



KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur saya ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini, Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Imitasi Pada Anak-Anak Di Sd S It Daarussakinah Kabupaten Asahan”.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Walid Musthafa, S.Sos, M, IP, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Dr. Selamat Riadi, M.I.Kom, Selaku Wakil Dekan Bidang Penjamin Mutu Akademik Universitas Medan Area.
4. Ibu Ria Wuri Andary, S.Sos, M.I.Kom, Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP, Selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan para staf pegawai fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan perpustakaan Universitas Medan Area yang telah membantu penulis dalam urusan administrasi serta memberikan pengembangan informasi.
7. Kedua Orang Tua penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi tiada henti demi keberhasilan dan masa depan penulis.
8. Istri penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dan yang selalu berada disamping penulis dalam menghadapi segala hal.
9. Yayasan Pendidikan Daarussakinah kabupaten Asahan yang telah berpartisipasi dan bekerjasama selama berjalannya penelitian ini.
10. Seluruh pihak yang ikut membantu dan selalu mendukung selama penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Medan, 13 Februari 2025
Penulis

Alpi Sukrian Nasution

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat penelitian.....	6
1.5 Hipotesis Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 <i>New Media</i>	8
2.2 Media Sosial.....	10
2.3 Perilaku Imitasi.....	12
2.4 Anak-anak.....	14
2.4 Teori S-O-R(<i>Stimulus, Organism, Response</i>)	15
2.5 Penelitian Terdahulu.....	16
2.6 Kerangka Berfikir.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	20
3.2 Metode Penelitian.....	20
3.3 Populasi dan Sampel.....	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data	21
3.5 Skala Pengukuran	22
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	23
3.8 Teknik Analisis Data	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Hasil penelitian.....	26
4.2 Pembahasan	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55

LAMPIRAN..... 57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	19



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Jumlah Populasi Siswa SD IT Daarussakinah	21
Tabel 3.2 Contoh Kuisisioner	23
Tabel 3.3 Distribusi Tingkat Koefisien Korelasi	25
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas (X)	26
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas (Y)	27
Tabel 4.3 <i>Case Processing Summary</i> (X)	29
Tabel 4.4 <i>Reliability Statistics</i> (X)	29
Tabel 4.5 <i>Item Total Statistics</i> (X)	29
Tabel 4.6 <i>Case Processing Summary</i> (Y)	30
Tabel 4.7 <i>Reliability Statistics</i> (Y)	30
Tabel 4.8 <i>Item Total Statistics</i> (Y)	30
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif	31
Tabel 4.10 Karakteristik Kelompok Usia	32
Tabel 4.11 Karakteristik Jenis Kelamin	32
Tabel 4.12 Karakteristik Intensitas Penggunaan Media Sosial	33
Tabel 4.13 Media Sosial Merupakan Kebutuhan Yang Wajib Terpenuhi	33
Tabel 4.14 Media Sosial Memberikan Kepuasan Tersendiri Dalam Menggunakannya	34
Tabel 4.15 Lebih Banyak Ilmu di Media Sosial Daripada di Sekolah	34
Tabel 4.16 Menghabiskan Waktu Lebih Banyak Bermain Media Sosial Daripada Belajar.....	34
Tabel 4.17 Menonton Konten Apa Saja Yang Ada di Media Sosial Tanpa Dipilah.....	35
Tabel 4.18 Diberi Kebebasan Untuk Menggunakan Media Sosial Tanpa Diawasi Orang Tua	35
Tabel 4.19 Menonton Konten-Konten Untuk Kalangan Remaja Hingga Dewasa	35
Tabel 4.20 Merasa Takut Ketinggalan Jaman Apabila Tidak Menggunakan Media Sosial	36
Tabel 4.21 Tidak Bisa Makan Tanpa Ditemani Media Sosial	36
Tabel 4.22 Tidak Bisa Tidur Tanpa Ditemani Media Sosial	36
Tabel 4.23 Berkeinginan Untuk Menirukan Apa Yang Ditonton	37
Tabel 4.24 Menyisipkan Kata-Kata Yang Didengar Di Media Sosial	37
Tabel 4.25 Merasa Bangga Dapat Menirukan Apa Yang Disaksikan Di Media Sosial	37
Tabel 4.26 Ingin Menjadi Seperti <i>Content Creator</i> Yang Disaksikan Di Media Sosial	38
Tabel 4.27 Merasa Keren Apabila Konten Yang Diunggah Banyak	

Ditonton	38
Tabel 4.28 Senang Menyanyikan Lagu-Lagu Yang Sedang Viral	38
Tabel 4.29 Sering Membahas Topik Yang sedang Viral	39
Tabel 4.30 Menirukan Hal-Hal Berbau Remaja Misalnya Bermain Pacar-Pacaran	39
Tabel 4.31 Selalu Diapresiasi Orang Tua Apabila Mampu Menirukan Hal-Hal Yang Sedang Viral	39
Tabel 4.32 Menganggap Bahwa Menirukan Hal Apa Saja Dari Internet Merupakan Hal Yang Diperbolehkan	40
Tabel 4.33 Hubungan Antara Menghabiskan Waktu Lebih Banyak di Media Sosial Daripada Belajar Dengan Menirukan Bermain Pacar-pacaran	41
Tabel 4.34 Hubungan Antara Tidak Bisa Tidur Tanpa Media Sosial Dengan Mendapat Aresiasi Dari Orang Tua Saat Menirukan Hal Yang Sedang Viral.....	41
Tabel 4.35 Hubungan Antara Menonton Konten Apa Saja Tanpa Dipilah Degan Merasa Bangga Dapat Menirukan Apa Yang Disaksikan.....	42
Tabel 4.36 Hubungan Antara Diberi Kebebasan Menggunakan Media Sosial Dengan Menyanyikan Lagu Yang Sedang Viral.....	42
Tabel 4.37 Hubungan Antara Takut Ketinggalan Jaman Dengan Berkeinginan Menjadi Seperti <i>Content Creator</i>	43
Tabel 4.38 Hubungan Antara Menonton Konten-konten Remaja dan Dewasa Dengan Berkeinginan Menirukan Apa Yang Ditonton.....	43
Tabel 4.39 Hubungan Antara Tidak Makan Tanpa Ditemani Media Sosial Dengan Merasa Keren Bila Konten Banyak Ditonton.....	44
Tabel 4.40 Hubungan Antara Menjadikan Media Sosial Sebagai Kebutuhan Dengan Senang Membahas Topik Yang Sedang Viral	44
Tabel 4.41 Hubungan Antara Mendapatkan Lebih Banyak Ilmu di Media Sosial Dengan Menganggap Bahwa Menirukan Hal Apa Saja Yang Ada Di Internet Merupakan Hal Yang Diperbolehkan	45
Tabel 4.42 Hubungan Antara Mendapatkan Kepuasan Saat Menggunakan Media Sosial Dengan Menirukan Kata-kata Yang Didengar di Media Sosial	46
Tabel 4.43 Koefisien Korelasi	46
Tabel 4.44 Koefisien Determinasi	47

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

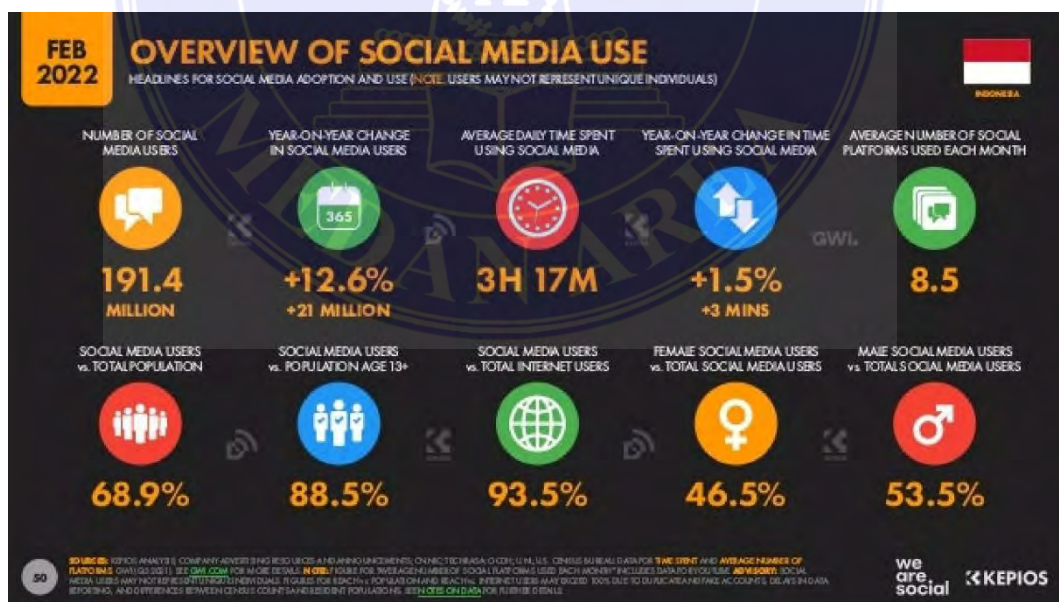
Dewasa ini, ilmu pengetahuan dan teknologi informasi sangat mendominasi perkembangan zaman. Media yang dahulu banyak digunakan seperti televisi, radio, dan koran sudah mulai tergantikan dengan kemunculan teknologi-teknologi baru seperti perangkat tablet dan *smartphone*. Munculnya berbagai jenis perangkat *mobile* serta kehadiran merek-merek baru turut menarik perhatian masyarakat sebagai pengguna. Berbagai fasilitas seperti koneksi internet, kamera, dan aplikasi-aplikasi seperti permainan, *e-commerce*, dan media sosial dapat diakses dengan mudah melalui perangkat *mobile*.

Kehadiran media sosial membawa perubahan pada pola hidup masyarakat. Peningkatan jumlah angka pengguna merupakan salah satu indikatornya. Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2021, sebesar 77,02% penduduk Indonesia merupakan pengguna internet. Hal ini tak lepas dari kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan. Kemudahan akses internet pun dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. APJII (2021) juga melaporkan bahwa alasan tertinggi masyarakat Indonesia menggunakan internet adalah untuk dapat mengakses media sosial.

Pada februari 2022, *We Are Social* mencatatkan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta orang atau sama dengan 68,9% dari total jumlah penduduk Indonesia pada saat itu yaitu sebanyak 277,7 juta penduduk. Jumlah tersebut lebih banyak dari tahun sebelumnya yaitu 170 juta pengguna. Dari

191,4 juta pengguna aktif di Indonesia, tercatat sebanyak 21,5% penggunanya berusia 13 tahun ke bawah. Sedangkan 88,5% lainnya berusia di atas 13 tahun.

Media sosial memberikan cukup banyak manfaat bagi para penggunanya. Mereka memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, melakukan panggilan suara dan panggilan video, dan bahkan memungkinkan pengguna untuk menyaksikan siaran langsung dari para pengguna lain. Namun, media sosial tidak selamanya bisa dijadikan teman. Mengingat media sosial memiliki potensi mendatangkan dampak buruk bagi para penggunanya. Mulai dari ancaman kejahatan dunia maya (*cyber crime*), hingga pengaruh buruk terhadap psikologi pengguna. Salah satunya adalah perilaku imitasi dari konten-konten yang dimuat. Yang mana hal ini dapat menjadi masalah apabila konten-konten yang dikonsumsi cenderung mengandung unsur negatif.



Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia
 Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

Secara umum, manusia merupakan makhluk sosial yang tak luput dari sifat suka meniru. Perilaku imitasi atau meniru cenderung dilakukan oleh manusia sebagai bagian dari sifat biologis mereka dengan tujuan untuk menyamai atau melebihi tindakan yang ada di sekitarnya (Tarde, 1903). Peniruan merupakan hasil dari proses pembelajaran yang ditiru dari orang lain. Proses belajar seperti itu disebut dengan *social learning* (pembelajaran sosial). Perilaku yang ditiru dapat berupa penampilan, sikap, tingkah laku, dan gaya hidup dari pihak yang ditiru (Soekanto dalam Arif, 2005).

Tindakan meniru lebih rentan terjadi pada anak-anak terutama anak dengan usia 13 tahun ke bawah. Mereka bisa saja menirukan adegan polisi dan penjahat, belajar perilaku baru, gaya berbicara, dan mereka juga bisa menirukan cara bergaul dari adegan-adegan film yang mereka tonton (Mutmainah, 2005). Karena itu pula banyak bermunculan perilaku-perilaku yang tidak semestinya dilakukan oleh anak-anak berusia di bawah 13 tahun. Seperti memperbaharui status di media sosial dengan kata-kata yang tidak layak seperti “aku sayang kamu”, “*happy anniversary*”, dan sebagainya. Bahkan di kehidupan nyata pun sudah tidak sulit untuk menemukan anak-anak yang masih duduk di bangku sekolah dasar (SD) sudah menjalin ikatan dengan lawan jenis sebagaimana yang dilakukan oleh orang-orang berusia jauh di atas mereka. Hal ini disebabkan ketidak stabilan pendirian, dan rasa penasaran yang tinggi sehingga mereka cenderung meniru apa yang mereka lihat tanpa mengetahui dengan pasti kebenaran, atau tujuan dari perilaku apa yang mereka tirukan.

Tak berbeda dengan para anak-anak di yang berada di kecamatan Sei Dadap, kabupaten Asahan yang merupakan daerah tempat tinggal penulis. Beberapa

kumpulan anak-anak yang sedang bermain dengan teman-temannya cenderung menggunakan tutur bahasa dan kata-kata yang kurang lazim. Kata-kata yang diucapkan mengarah ke istilah-istilah yang sedang *trending* di media sosial seperti “*slebew*”, “*qiu qiu*”, “emang boleh?”, “senggol dong”, dan berbagai istilah lain yang sering terdengar di media sosial. Tak hanya kepada teman, terkadang ada beberapa anak yang menggunakan istilah-istilah tersebut ketika mereka berkomunikasi dengan orang yang berusia di atas mereka seperti guru atau bahkan orang tua mereka sendiri.

Salah satu tanda lain dari perilaku imitasi anak-anak dapat dilihat dari banyaknya anak-anak yang menyanyikan lagu-lagu yang bukan diperuntukkan kepada mereka sebagai anak-anak. Namun karena lagu-lagu itu sering diputar dan sering didengar oleh para anak-anak, mereka cenderung menyanyikannya. Misalnya seperti lagu “*No comment*” yang dipopulerkan oleh penyanyi wanita asal Indonesia Tuti Wibowo yang dirilis pada tahun 2011 silam. Lagu ini kembali *viral* setelah salah satu pengguna aplikasi instagram dengan nama pengguna *@corla_2* melakukan siaran langsung sambil membuat tingkah-tingkah lucu sambil memutar lagu tersebut sebagai latar belakangnya. Sehingga video tersebut menjadi *viral* di berbagai platform media sosial. Sejak itu, orang-orang mulai sering memutar kembali dan menyanyikan lagu tersebut bahkan sering terdengar di acara perayaan ulang tahun.

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SD S IT) Daarussakinah merupakan salah satu sekolah swasta yang ada di kecamatan Sei Dadap, kabupaten Asahan. Tepatnya, sekolah ini berlokasi di Jl. Protokol Sei Kamah I. SD S IT Daarussakinah beroperasi

di bawah naungan Yayasan Pendidikan Daarussakinah bersama beberapa SD lainnya, diantaranya:

- SD S IT Ar-Rayhan kecamatan Simpang Empat
- SD S IT Nur Balqis kecamatan Sei Dadap

Perilaku imitasi pada anak-anak tentu terjadi di mana saja dan bukan hanya berlaku di tempat-tempat tertentu. Melalui pengamatan sekaligus wawancara kecil-kecilan yang peneliti lakukan ke beberapa kumpulan anak-anak di kecamatan Sei Dadap, peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa yang mengkonsumsi konten dari media sosial didominasi oleh anak berusia 10 sampai dengan 17 tahun, namun yang dominan memiliki gejala dari perilaku imitasi dari konten-konten media sosial merupakan anak-anak yang berusia 6 sampai dengan 12 tahun. Yang mana usia ini merupakan usia anak-anak yang masih duduk di bangku sekolah dasar.

Yang menarik dari SD S IT Daarussakinah merupakan anak-anak yang terindikasi mengalami perilaku imitasi yang paling dominan di antara beberapa kumpulan anak-anak lain, bahkan beberapa kelompok siswa sekolah dasar tertentu. Yang mana ini menarik perhatian peneliti untuk mengetahui bagaimana media sosial dapat mempengaruhi perilaku imitasi pada anak-anak yang ada di SD Daarussakinah. Karena itu peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Imitasi Anak-anak di SDS IT Daarussakinah Kabupaten Asahan.”

1.2 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

- a. Bagaimana penggunaan media sosial oleh anak-anak di SD S IT Daarussakinah?

- b. Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku imitasi anak-anak di SD S IT Daarussakinah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial oleh anak-anak di SD S IT Daarussakinah.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku imitasi anak-anak di SD S IT Daarussakinah.

1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan bisa memiliki manfaat antara lain:

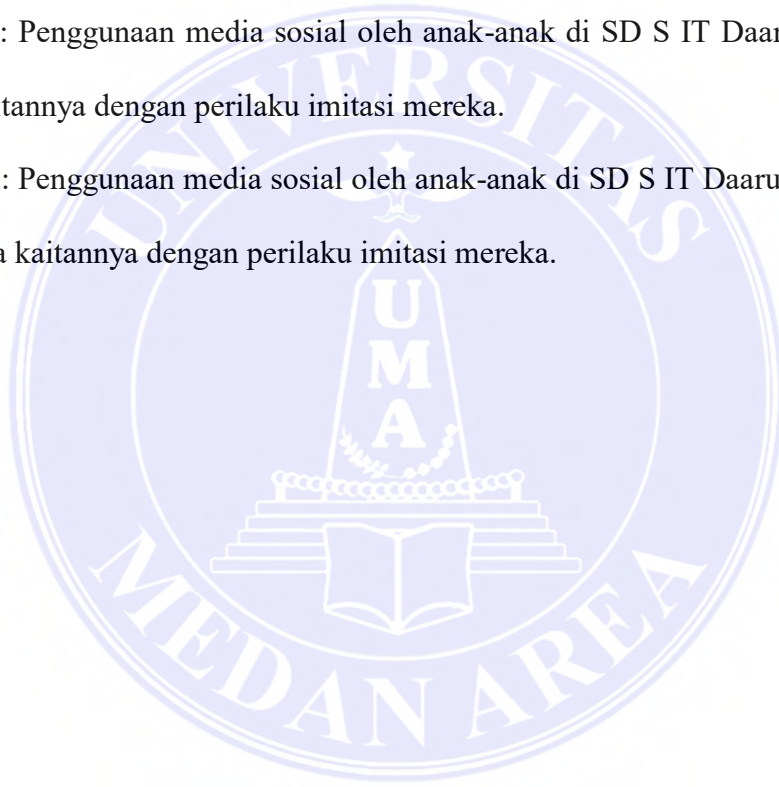
- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan masalah serupa.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan bisa menambah pemahaman bagi para pembaca tentang bagaimana kaitan antara penggunaan media sosial dengan perilaku imitasi anak-anak. Serta dapat memberi pengawasan lebih kepada anak-anak terhadap intensitas serta menyaring konten-konten yang mereka konsumsi.

1.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang akan diteliti. Meskipun hanya sebagai jawaban sementara, hipotesis penting

keberadaannya untuk memberikan batasan pada penelitian sehingga pengumpulan data yang akan dilakukan berfokus pada hipotesis tersebut. Di samping itu, dengan hipotesis konsep penelitian dan analisis data dapat disusun sesuai dengan hipotesis yang tertulis. Karena hipotesis merupakan jawaban sementara, maka jawaban tersebut masih perlu diuji lagi kebenarannya. Uji statistik sering digunakan untuk menguji benar atau tidaknya suatu hipotesis. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Ha: Penggunaan media sosial oleh anak-anak di SD S IT Daarussakinah ada kaitannya dengan perilaku imitasi mereka.
- b. Ho: Penggunaan media sosial oleh anak-anak di SD S IT Daarussakinah tidak ada kaitannya dengan perilaku imitasi mereka.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *New Media*

Media merupakan alat yang menjadi saluran untuk berkomunikasi. Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak dari kata medium. Dari segi terminologinya, media berarti perantara. Yaitu perantara antara sumber pesan dan penerima pesan. Film, televisi, diagram, media cetak, komputer, merupakan contoh dari media (Indriana, 2011).

Holmes (2005) menyatakan bahwa internet adalah awal dari perkembangan teknologi untuk berinteraksi secara global pada akhir abad ke-20 yang mengubah cakupan serta sifat dasar dari media komunikasi. Perubahan ini disebut sebagai “*second media age*”. Di mana media tradisional seperti koran, radio dan televisi sudah mulai ditinggalkan masyarakat. Media-media tradisional menggunakan pola penyebaran informasi dari suatu sumber ke masyarakat luas, bersifat satu arah dan tidak ada interaksi antara pengirim dan penerima pesan. Ini merupakan salah satu perbedaan antara media konvensional seperti koran, radio, televisi dengan media baru. Di mana pada media baru, penerima pesan dapat memberikan umpan balik (*feedback*) melalui tombol *like* atau kolom komentar yang disediakan. Menurut Trevo Barr dalam Holmes (2005) ada beberapa jenis interaksi pada media baru, diantaranya:

- a. Komunikasi yang dilakukan antar personal. Komunikasi yang dapat dilakukan secara *realtime* menggunakan jaringan internet seperti *chatting* dan *instant message*.
- b. Pesan yang dikirim secara menyeluruh. Komunikasi yang dilakukan antara satu komunikator dengan beberapa orang sekaligus dalam suatu kelompok tertentu.

- c. Pemanfaatan komputer sebagai alat komunikasi seperti *telecommunication network*.
- d. Media berfungsi sebagai mesin pencari seperti *world wide web*.

Mc Quail (2011) mengelompokkan media baru ke dalam lima kategori berdasarkan konteks, jenis, dan penggunaan, yaitu:

- a. Media komunikasi antar personal seperti telepon dan *e-mail*.
- b. Media permainan interaktif berbasis komputer seperti *online game*.
- c. Media pencarian informasi seperti sumber data dalam pencarian informasi di internet seperti *World Wide Web* (WWW).
- d. Media partisipasi kolektif seperti situs jejaring sosial (*TikTok, Instagram, Facebook, Twitter*, dan lain-lain).
- e. Substitusi media penyiaran yang berguna untuk memudahkan pengguna untuk mengunduh konten seperti musik video, foto, dan lain-lain.

Mc Quail (2011) juga menjelaskan tentang beberapa faktor karakteristik media baru, seperti:

- a. Interaktif, di mana komunikator dan komunikan dapat melakukan interaksi satu sama lain tanpa harus bertatap muka secara langsung.
- b. Sosiabilitas, di mana pengguna media dapat melakukan komunikasi antar personal seperti pada aplikasi berkirim pesan.
- c. Media melibatkan lebih banyak individu.
- d. Bersifat otonomi, yaitu pengguna dapat mengatur konten secara bebas.
- e. Unsur bermain, yaitu dalam media baru terdapat unsur hiburan dan kesenangan.
- f. Bersifat personal, di mana konten dan penggunaan menjadi personal dan unik.

Dapat dikatakan bahwa media baru memiliki kemajuan yang cukup pesat dibanding media lama. Yang mana media baru merupakan alat komunikasi yang memberikan kebebasan lebih, cakupan yang lebih luas, memiliki banyak kegunaan, dan bersifat pribadi.

Media baru adalah istilah yang digunakan untuk teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk konsumsi pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011). Media baru merupakan inovasi dari media-media lama yang mulai tidak relevan. Dengan inovasi teknologi di masa sekarang, media lama seperti televisi, film, majalah, dan buku bukan serta merta mati begitu saja, melainkan berproses dan beradaptasi dalam bentuk media baru. Flew mendefinisikan media baru yang ditekankan pada format isi media yang

dikombinasi dan kesatuan data mau itu tulisan, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital yang sistem penyebarannya melalui jaringan internet. Pada era sekarang ini jaringan internet begitu mempermudah orang dalam mengakses bentuk-bentuk baru dari media komunikasi. Media baru mencakup berbagai aspek. Yaitu sebagai hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media. Dan *new media* merupakan cara baru dalam merepresentasikan dunia sebagai individu virtual. Dan media baru merupakan bentuk interaksi baru antara pengguna dengan teknologi. Selain itu, media baru juga merupakan sebuah pengalaman baru dari gambaran baru suatu individu, identitas dan komunitas. Media baru juga merupakan konsepsi hubungan biologis tubuh dengan teknologi media.

2.2 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media *online* di mana para penggunanya dapat berpartisipasi dengan mudah. Berbagi, dan menciptakan konten yang meliputi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia virtual (Cahyono, 2016). Media sosial dapat digunakan untuk banyak hal, diantaranya adalah sebagai media penyebaran informasi, media interaksi sosial, dan media untuk berniaga atau jual beli. Haryanto (2016) menyebutkan dalam tulisannya bahwa dengan menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan sarana untuk melakukan interaksi sosial adalah langkah efektif. Karena informasi dapat ditemukan dengan cepat dan interaksinya tidak terbatas hanya untuk satu individu namun juga untuk kelompok. Media sosial dibagi ke dalam enam kelompok, yaitu (Kaplan & Haenlein, 2010):

- a. Proyek kolaborasi, yang merupakan bentuk demokrasi dari media sosial di mana banyak pengguna internet dapat melakukan kolaborasi untuk menambah, mengubah, atau menghapus informasi dalam situs *wiki*, yaitu situs yang menyediakan layanan bagi para pembaca untuk melakukan perubahan-

perubahan tersebut. Contoh dari proyek kolaborasi adalah situs *wikipedia*. Sebuah ensiklopedia *online* yang menyediakan beragam informasi dalam berbagai bahasa.

- b. *Blog*, yaitu salah satu bentuk media sosial paling tua yang mengizinkan penggunaannya untuk menulis entri baru berdasarkan urutan waktu penulisan. *Blog* telah digunakan oleh banyak orang dan memiliki fungsi yang beragam untuk masyarakat. Mulai dari sekedar media untuk berbagi pengalaman sehari-hari, hingga sebagai media untuk berbagi informasi dan bahkan sebagai media untuk berniaga. *Wordpress* dan *blogger* merupakan contoh dari *blog*.
- c. Konten komunitas, yaitu salah satu media yang berguna untuk menampung konten dari pengguna dan membagikannya ke pengguna lainnya. Contohnya seperti *Youtube* yang digunakan untuk berbagi video, *Pinterest* untuk berbagi gambar dan ide, *Devianart* untuk berbagi berbagai jenis multimedia, *Slideshare* untuk berbagi file presentasi.
- d. Dunia permainan virtual, yang merupakan nama lain dari *online game*. Dimana para pemain dapat membuat profil dan karakter di dunia *game* tersebut. Karakter mereka nantinya dapat berkomunikasi dan melakukan aktifitas dengan para pemain lainnya. *Mobile Legends*, *Dota*, *PUBG*, *Fortnite*, *Free Fire* adalah beberapa contoh dari *online game* yang sedang ramai dimainkan oleh para pengguna internet saat ini.
- e. Dunia sosial virtual. Hampir sama dengan dunia permainan virtual, media sosial jenis ini juga memungkinkan para pengguna untuk memiliki profil dan karakter. Hanya saja tujuan murni dari dunia sosial virtual adalah untuk membangun “kehidupan” lain di luar kehidupan nyata dengan aspek-aspek yang hampir sama dengan dunia nyata. Seperti pergi bekerja, menjalin hubungan dengan teman atau pasangan, makan, tidur, dan sebagainya. *Second Life*, *Avakin Life* adalah contoh dari beberapa media sosial berjenis sosial virtual.
- f. Situs jejaring sosial, adalah tempat di mana setiap pengguna memiliki profil yang berisi informasi seperti nama, alamat, jenis kelamin, dan berbagai informasi pribadi lainnya. Dalam situs jejaring sosial, para pengguna dapat berkomunikasi dengan para pengguna lain seperti berkirin pesan teks, dan berbagi foto serta video. Pada beberapa situs tertentu, pengguna juga dapat mengikuti keseharian dari teman-teman profil mereka. Melalui *status update* yang memberikan opsi kepada para pengguna untuk membagikan pengalaman atau cerita keseharian mereka kepada teman-temannya. Contoh dari situs jejaring sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *TikTok*.

Media sosial merupakan paradigma media baru dalam konteks industri pemasaran. Weber juga menyatakan bahwa media tradisional seperti TV, radio dan koran memungkinkan komunikasi satu arah sementara media sosial memungkinkan komunikasi dua arah dengan mengizinkan setiap individu dapat mempublikasikan dan berkontribusi lewat percakapan online. Sedangkan O'Reilly menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* yang mampu mengadakan berbagai kegiatan seperti mengintegrasikan situs *web*, interaksi sosial, dan pembuatan konten berbasis komunitas. Serta memfasilitasi konten komunikasi dan percakapan. Pemakai dapat membuat, mengatur, mengedit, memberi pendapat atau komentar berbagai konten.

Dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan perantara internet yang memungkinkan para pengguna untuk berbagi, berkolaborasi, dan berkomunikasi dengan para pengguna lain melalui dunia maya dan membentuk hubungan secara virtual.

2.3 Perilaku Imitasi

Perilaku dalam kamus bahasa Indonesia adalah tingkah laku atau perbuatan individu atau tanggapan individu yang terwujud dalam gerakan atau sikap (Walgito, 2003). Setiap manusia pastilah memiliki perilaku atau tingkah yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain. Perilaku yang ada pada suatu individu atau organisme itu tidak timbul dengan sendirinya. Melainkan sebagai akibat dari stimulus yang diterima oleh organisme yang bersangkutan. Baik stimulus eksternal maupun internal. Namun demikian, sebagian besar dari perilaku organisme itu sebagai respon terhadap stimulus eksternal. Para ahli masih meneliti kaitan antara stimulus, dan sangat ditentukan oleh keadaan stimulusnya. Pandangan semacam ini pada

umumnya merupakan pandangan yang berlawanan dengan pandangan kaum behavioristis. Yaitu memandang perilaku individu merupakan respon dari stimulus. Namun, dalam diri individu itu ada kemampuan untuk menentukan perilaku yang diambilnya. Ini berarti individu dalam keadaan aktif dalam menentukan perilaku yang diambilnya (Walgito, 2003).

Menurut Lewin (dalam Jalaluddin Rakhmat, 2007), perilaku individu diartikan sebagai hasil interaksi antara individu itu sendiri dengan lingkungan. Perilaku manusia tidak lepas dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan di mana ia berada. Perilaku manusia didorong oleh motif tertentu sehingga manusia itu dapat bertindak. Skinner (dalam Walgito, 2003) membedakan jenis-jenis perilaku menjadi perilaku alami dan perilaku operan. Perilaku alami yaitu perilaku yang dibawa sejak organisme dilahirkan yang berupa refleks dan insting. Sedangkan perilaku operan yaitu perilaku yang dibentuk melalui proses belajar.

Pada awal tahun 200 an, para psikolog berpendapat bahwa organisme sosial memiliki kecenderungan bawaan untuk meniru tindakan yang mereka lihat dari orang lain. Pendapat ini secara besar berdasarkan pengamatan bahwa seorang anak bayi meniru tindakan dari orang dewasa. Misalnya bayi berusia 4 bulan akan menjulurkan lidahnya ketika melihat orang dewasa melakukan hal yang sama. Dapat disimpulkan bahwa tindakan meniru merupakan teknik perkembangan tingkah laku individu dengan meniru apa yang ditafsirkannya melalui pengamatan terhadap suatu model yang menjadi objek pengamatannya (Barida, 2016).

Perilaku imitasi memiliki beberapa proses hingga muncul respon terhadap model. Menurut Bandura (1971), berikut adalah proses imitasi:

- a. Proses memperhatikan. Seorang anak tidak dapat belajar dengan banyak melalui pengamatan jika ia tidak mengikuti atau mengenali esensi dari perilaku

model pengamatannya. Maka dengan mengamati perilaku model, anak akan lebih memahami dan menerima informasi lebih banyak tentang apa yang dia lihat.

- b. Proses mengingat. Setelah mengenali perilaku model, maka informasi-informasi mengenai model akan tersimpan dalam memori seorang anak.
- c. Reproduksi motorik. Proses ini merupakan proses di mana representasi simbolik membimbing aksi yang jelas. Untuk meraih reproduksi behavioral, seorang anak harus memperhatikan sekumpulan respon berdasarkan pola yang telah diperagakan. Hasil dari pembelajaran yang bisa dilakukan oleh seorang anak bergantung pada apakah dia menerima komponen keterampilan yang sesuai atau tidak. Seorang anak bisa mempelajari perilaku secara observasional untuk mengarahkan mobilitas dan mahir dalam mengeksekusi respon komponen.
- d. Proses *reinforcement* dan motivasional. Anak bisa memperoleh, mengingat, dan memiliki kemampuan untuk melakukan eksekusi yang mahir dari perilaku yang telah diperagakan. Tetapi pembelajaran mungkin jarang diaktifkan ke dalam sikap yang jelas jika tidak diterima oleh lingkungan. Ketika dorongan positif diterima, perilaku akan cenderung segera dilakukan. Pengaruh *reinforcement* tidak hanya mengatur ekspresi nyata dari perilaku yang sesuai, tetapi mereka dapat mempengaruhi level dari pembelajaran observasional dengan mengontrol apa yang diperhatikan oleh seseorang dan bagaimana mereka melatih apa yang pernah mereka lihat secara aktif. Anak cenderung melakukan suatu aksi apabila diberikan tepuk tangan oleh orang tuanya, dan tidak akan mengulang aksinya apabila memperoleh teguran dari orang tuanya.

2.4 Anak-anak

Pengertian anak-anak bisa berbeda sesuai pandangan ataupun perspektif bidang keilmuan masing-masing. Dari pandangan hukum terdapat pengertian anak-anak yang tertera dalam Undang-undang No.23 Tahun 2002 tentang pasal perlindungan anak, “anak merupakan seseorang yang belum mencapai usia 18 tahun, termasuk anak yang masih berada dalam kandungan”. Pasal tersebut menjelaskan bahwa anak adalah siapa saja yang belum mencapai usia 18 tahun dan termasuk anak yang masih didalam kandungan. Dari pandangan ilmu filsafat, pengertian anak-anak pernah dikemukakan oleh salah satu filsuf terkenal asal Inggris pada abad ke-17 John Locke, “anak-anak merupakan pribadi yang bersih

dan peka terhadap rangsangan-rangsangan dari lingkungan sekitar”. Dari sudut pandang dunia kesehatan, *WHO (World Health Organisation)* menyatakan bahwa “anak adalah usia sejak berada di dalam kandungan sampai usia 19 tahun”. Dari sudut pandang psikologi, seorang psikolog bernama Erik Erikson pada tahun 1902 mengelompokkan fase fase perkembangan pada anak ke dalam 4 kelompok. Yaitu kelompok bayi yang merupakan anak berusia 0-1 tahun, kelompok anak berusia 1-3 tahun, kelompok anak usia bermain 3-6 tahun, kemudian kelompok anak usia sekolah yaitu anak-anak yang berumur 6-12 tahun. Erik Erikson menyatakan bahwa pada usia ini, anak mulai memiliki interaksi sosial dengan dunia luarnya. Pada usia ini keingintahuan menjadi begitu kuat dan hal itu ada kaitannya dengan perjuangan dasar menjadi kemampuan. Seorang anak mulai belajar tentang sistem, aturan, metode yang menjadikan suatu pekerjaan menjadi efektif dan efisien.

Maka dari itu, peneliti memutuskan untuk mengambil kelompok anak usia sekolah yaitu anak-anak yang berusia 6-12 tahun untuk menjadi objek pada penelitian ini yaitu anak-anak yang bersekolah di SD Swasta Islam Terpadu Daarussakinah kecamatan Sei Dadap, Kabupaten Asahan.

2.4 Teori S-O-R(*Stimulus, Organism, Response*)

Teori S-O-R dikemukakan oleh Hovland, Janis dan Kelly pada tahun 1953 yang merupakan singkatan dari *stimulus* (pesan) ,*organism* (penerima), dan *response* (Syahdi, 2016). Peran kognisi dilambangkan dengan huruf O diantara S dan R yang mana dapat diartikan bahwa kognisi merupakan proses akal atau mental memperoleh, menyimpan, mendapatkan serta mengubah pengetahuan (Chaer, 2003). Pada teori tersebut apabila suatu individu diberikan stimulus tertentu maka

akan menimbulkan perilaku tertentu, dalam kata lain merupakan reaksi khusus akan diperoleh dari stimulus khusus pula, sehingga suatu individu dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi penerima. Hovland, Janis dan Kelly dalam Mar'at (1981) mengemukakan bahwa dalam memahami sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Respon atau perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu. Stimulus merupakan informasi yang diberikan kepada penerima pesan dapat memungkinkan untuk diterima maupun ditolak berdasarkan respon pada stimulus yang telah disampaikan. Dari pengolahan informasi tersebut akan menimbulkan suatu pengertian dan penerimaan yang kemungkinan sebaliknya. Perubahan sikap dapat terjadi berupa perubahan kognitif, afektif, dan konatif (Noviri Syahdi, 2016). Dari model S-O-R tersebut dapat diasumsikan bahwa apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (penerima) maka dilanjutkan kepada proses berikutnya. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya. Sehingga timbul efek tindakan berdasarkan respon dari stimulus yang telah diberikan kepada penerima tersebut.

2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang bisa memperkuat hasil dari penelitian mengenai penggunaan media sosial terhadap perilaku imitasi anak-anak adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Tahun	Metode	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Ika Purnama Sari	Pengaruh Frekuensi Menonton Film Kartun Kekerasan Naruto Terhadap Perilaku Imitasi Pada Anak	2009	Kuantitatif	Objek penelitian yang sama yaitu perilaku imitasi anak	Menggunakan teori yang berbeda yaitu teori jarum hipodermik	Hasil penelitian menunjukkan bahwa $Y=0,387+0,831X$. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh frekuensi menonton film kartun kekerasan Naruto di Global TV memiliki pengaruh terhadap perilaku imitasi pada anak-anak.
2	Yessi Paradina Sella	Analisa Perilaku Imitasi Dikalangan Remaja Setelah Menonton Tayangan Drama Seri Korea di Indosiar	2013	Kuantitatif	Meneliti perilaku imitasi, namun objek penelitian merupakan para remaja	Teori yang digunakan berbeda, yaitu teori jarum hipodermik atau peluru	Terdapat perilaku imitasi pada remaja yang menonton tayangan drama serial korea di Indosiar terutama dalam hal berpakaian.
3	Iffah Mawaddah	Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun Youtube Reza Oktavian Terhadap Berilaku Imitasi Bahasa Anak	2018	Kuantitatif	Memiliki objek penelitian yang sama yaitu perilaku imitasi anak	Menggunakan teori yang berbeda yaitu teori belajar sosial	Diketahui variabel intensitas menonton berperan dalam mempengaruhi perilaku imitasi bahasa anak. Adapun koefisien determinasi Nagelkerke didapati hasil sebesar 15,2%

4	Isainia Nurul Lathifah, Achmad Herman, Muh Isa	Pengaruh Mengakses Koren Wave Terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Kota Palu	2018	Kuantitatif	Meneliti perilaku imitasi, walaupun objek penelitiannya adalah remaja	Teori yang digunakan berbeda yaitu teori belajar sosial	Hasil menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel X dalam mengakses korean wave terdapat variabel Y sebesar 74%.
5	Nur Hanna Putri Aprilia, Endri	Pengaruh Drama Korea Terhadap Perilaku Imitasi Remaja	2019	Kuantitatif	Meneliti perilaku imitasi	Menggunakan teori yang berbeda yaitu teori terpaan media	Drama korea mempengaruhi perilaku imitasi remaja
6	Malisa	Perilaku Imitasi Melaksanakan Ibadah Sholat Pada Anak Yang Gemar Menonton Tayangan Nusa Official	2020	Kuantitatif	Meneliti perilaku imitasi anak	Menggunakan teori yang berbeda yaitu teori belajar sosial	Terdapat perilaku imitasi melaksanakan ibadah sholat pada anak yang gemar menonton tayangan Nusa Official, yakni sebesar 93,30%
7	Septi Muhammad Abdul Haris	Perilaku Imitasi Anak Terhadap Tokoh Reyna Pada Tayangan Sinetron Ikatan Cinta	2022	Kualitatif	Meneliti perilaku imitasi anak	Menggunakan teori yang berbeda yaitu teori imitasi	Objek penelitian mengalami perilaku imitatif akibat dari menyaksikan tayangan sinetron Ikatan Cinta, perilaku imitasinya bersifat positif dan negative, adapun bentuknya yaitu perilaku imitasi komunikasi berupa imitasi komunikasi verbal dan imitasi komunikasi nonverbal serta bentuk perilaku imitasi yang lain berupa imitasi gaya berpakaian.

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

2.6 Kerangka Berfikir

Penggunaan media sosial dapat mempengaruhi perilaku imitasi suatu individu. Seseorang mampu meniru apa yang sering mereka saksikan sehari-hari. Termasuk Bahasa yang digunakan seseorang yang berada dalam suatu tayangan. Seseorang yang terpapar media bisa mendapatkan efek dari isi pesan media tersebut. Dan efek hanya terjadi pada seseorang setelah dia diterpa pesan dari media massa. Dalam proses komunikasi, pesan yang menimpa seseorang bisa terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Pengaruh dari media bersifat informatif, afektif atau sesuatu yang berkaitan dengan sikap atau perilaku seseorang.



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir
Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Saat seseorang menonton sebuah tayangan, maka ada kemungkinan bahwa dia akan terpengaruh oleh isi tayangan tersebut. Hal ini disebabkan karena pesan yang disampaikan dilakukan secara terus menerus dan mengendap di dalam ingatan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

a. Waktu penelitian.

Periode penelitian ini dimulai pada bulan Juli 2024 hingga bulan Oktober 2024.

b. Tempat penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan di SD Swasta Islam Terpadu Daarussakinah Kecamatan Sei Dadap, Kabupaten Asahan.

3.2 Metode Penelitian

Jenis penelitian merupakan cara sistematis untuk menyelidiki suatu masalah tertentu dengan tujuan mendapatkan informasi untuk digunakan sebagai Solusi atau jawaban dari permasalahan tersebut (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan metode survey melalui penyebaran kuisioner kepada para responden.

3.3 Populasi dan Sampel.

a. Populasi

Populasi dalam Bahasa Inggris berarti jumlah penduduk (Sugiyono, 2019). Dalam arti lain dinyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan diambil

kesimpulannya oleh peneliti. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah siswa SD Swasta Islam Terpadu Daarussakinah Kecamatan Sei Dadap.

Tabel 3.1 Jumlah Populasi Siswa SD S IT Daarussakinah per Juli 2024

KELAS	JENIS KELAMIN		JUMLAH
	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	
I	17	6	23
II	19	8	27
III	12	6	18
IV	14	4	18
V	10	5	15
VI	10	10	20
TOTAL	82	39	121

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam suatu penelitian (Nawawi, dalam jakni 2016). Dapat dikatakan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili seluruh populasi yang ada. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode sensus atau total *sampling*. Metode sensus atau total *sampling* adalah metode pengambilan sampel dari populasi dimana seluruh populasi diambil sebagai sampel (Sugiyono, 2018). Yang mana pada penelitian ini jumlah sampel keseluruhan adalah 121 orang. Alasan peneliti memilih metode sensus adalah karena jumlah populasi relatif kecil yakni 121 orang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Demi terperolehnya data yang objektif, maka peneliti menggunakan cara-cara berikut:

a. Teknik observasi.

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang terdiri dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono, 2019). Di mana peneliti melakukan pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian di lokasi penelitian.

b. Wawancara

Sugiyono (2016) menyatakan “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti hendak melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam”.

c. Kuisisioner.

Di mana peneliti terjun ke lapangan terhadap objek yang dipilih kemudian membagikan kuisisioner, yaitu daftar yang berisikan serangkaian pertanyaan mengenai suatu hal (Krisyantono, 2015). Kuisisioner berisi daftar pertanyaan untuk mendapatkan informasi lengkap tentang semua responden. Mulai dari data pribadi, perilaku, pengalaman, pendapat, dan berbagai informasi yang relevan lainnya. Tujuan lain dari kuisisioner pada penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penggunaan media sosial berkaitan dengan perilaku imitasi pada para siswa SD S IT Daarussakinah.

3.5 Skala Pengukuran

Dalam penentuan panjangnya bentangan instrumen taksiran, maka digunakan skala pengukuran variabel sebagai bentuk perspektif sehingga alat ukur yang digunakan memperoleh estimasi data kuantitatif yang lebih akurat, efisien dan

komunikatif. Peneliti menggunakan kuisioner dengan skala likert. Yang nantinya, pada saat melakukan penyebaran kuisioner peneliti mengkonversikan jawaban responden ke dalam bentuk angka yang dibagi kedalam tiga penentuan skor, yaitu:

- Tidak Setuju (TS) = 1
- Ragu-ragu = 2
- Setuju (S) = 3

Berikut merupakan contoh format kuisioner menggunakan skala likert dengan 3 penentuan skor:

Tabel 3.2 Contoh Kuisioner

No	Pertanyaan	Jawaban		
		Tidak setuju (1)	Ragu-ragu (2)	Setuju (3)
1	Saya menganggap media sosial sebagai kebutuhan yang wajib terpenuhi			✓

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji validitas.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keaslian dari suatu instrumen (Ghozali, 2013). Suatu instrumen dapat dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang ingin diukurnya atau dapat menungkap data dari variabel yang diteliti dengan tepat. Tinggi atau rendahnya tingkat keaslian instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur untuk mengukur apa yang diukur. Hasil penelitian dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek yang

diteliti. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan dengan bantuan perangkat lunak *SPSS* versi 25.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Jika suatu alat ukur memberikan hasil yang stabil maka disebut alat ukur tersebut baik. Hasil ukur itu diterjemahkan dengan koefisien kehandalan yaitu derajat kemampuan alat ukur untuk mengukur perbedaan-perbedaan individu yang ada. Keandalan diperlukan sebab data yang tidak handal dapat diolah lebih lanjut dan akan menghasilkan kesimpulan yang bias. Pengukuran dilakukan sekali, dan reliabilitas dari suatu data yaitu dengan menggunakan bantuan perangkat lunak *SPSS* versi 25.

3.8 Teknik Analisis Data

a. Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antar dua variabel atau lebih dan untuk mengetahui arah hubungan. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan melalui seberapa besar nilai koefisien korelasi (Sugiyono, 2018). Koefisien korelasi menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 < r \leq +1$). Berikut tabel distribusi tingkat koefisiensi variabel:

Tabel 3.3 Distribusi Tingkat Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Koefisien Korelasi
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Tinggi
0,80-1,000	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2018)

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini diperlukan pada saat menilai tingkat akurasi hubungan dari model yang digunakan. Koefisien determinasi adalah suatu angka yang menunjukkan besarnya variasi, atau kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, atau seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Safitri, 2015). Koefisien determinasi memiliki rentang antara 0 hingga 1 ($0 < \text{adjusted } R^2 < 1$). Jika nilai koefisiennya mendekati 1, hal ini menandakan bahwa model tersebut efektif, karena semakin dekatnya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Melalui pengalaman hasil penemuan, dan manfaat yang didapat oleh para responden dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa menggunakan media sosial mempengaruhi perilaku imitasi para responden. Pernyataan ini didukung oleh jawaban-jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang menunjukkan bahwa sebagian besar anak-anak memiliki keinginan untuk meniru apa yang mereka saksikan di media sosial terutama apa yang mereka anggap keren atau terlihat bagus. Sebagian besar anak tidak mendapatkan pengawasan yang cukup dalam menggunakan *smartphone* sehingga mereka menyaksikan tayangan apa saja yang muncul di media sosial tanpa ada filterasi. Dan saat mereka menirukan aksi yang mereka baru saja saksikan, mereka mendapatkan apresiasi dari lingkungan sekitar. Hal ini merupakan dorongan ke arah positif yang mungkin merangsang minat dan bakat seorang anak. Namun apabila aksi yang disaksikan di media sosial lalu ditirukan bukan merupakan hal yang positif, lalu mendapatkan dukungan dari orang-orang disekitar, ini yang akan dikhawatirkan dapat merusak karakter seorang anak.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis koefisien korelasi, diketahui bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara penggunaan media sosial dan perilaku imitasi pada anak-anak di SD S IT daarussakinah. Meninjau dari nilai koefisien korelasi di mana $r=0.230$ dan nilai $sig=0,011$ atau $<0,05$. Namun apabila

dilihat kembali pada tabel 3.3, tingkat korelasi antara variabel X dan Y adalah “rendah” yaitu berada diantara 0,20-0,399.

Pada tabel koefisien determinasi (R^2), didapati hasil senilai 0,066 yang berarti bahwa variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 6,6%. Artinya variabel penggunaan media sosial (X) memiliki peran dalam mempengaruhi perilaku imitasi pada anak-anak(Y). Berdasarkan hasil penelitian ini, maka hipotesis penelitian ini “diterima”. Penggunaan media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku imitasi pada anak-anak di SD S IT Daarussakinah kabupaten Asahan sebesar 6,6%. Yang berarti 93,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh malisa pada tahun 2020, yang mana penelitian ini meneliti tentang “Perilaku Imitasi Melaksanakan Ibadah Sholat Pada Anak Yang Gemar Menonton Tayangan Nusa Official”, didapatkan hasil bahwa terdapat perilaku imitasi melaksanakan ibadah sholat pada anak yang gemar menonton tayangan Nusa Official, yakni sebesar 93,30%. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Iffah Mawaddah pada tahun 2018 yang meneliti tentang “Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun Youtube Reza Oktavian Terhadap Berilaku Imitasi Bahasa Anak”, didapatkan hasil bahwa variabel intensitas menonton berperan dalam mempengaruhi perilaku imitasi bahasa anak dengan koefisien determinasi Nagelkerke didapati hasil sebesar 15,2%.

Dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku imitasi anak-anak terlebih lagi untuk hal-hal yang spesifik. Seperti perilaku imitasi terhadap perilaku suatu tokoh, bahasa ataupun tingkah laku yang mereka amati. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti meneliti media sosial secara umum.

Yang dapat diartikan bahwa tidak semua hal yang ada di media sosial memicu perilaku imitasi anak-anak namun terdapat hal-hal spesifik pada media sosial yang memicu dan memiliki pengaruh besar terhadap perilaku imitasi anak-anak seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iffah Mawaddah dan yang dilakukan oleh Malisa diatas.

5.2 Saran

1. Untuk para peneliti, penelitian ini diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dan mempelajari lebih dalam. Dapat diketahui bersama bahwa masyarakat di Indonesia semakin aktif dan cenderung memiliki ketergantungan terhadap media sosial dan internet. Dan penggunaan internet yang mulai merata, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Mengingat bahwa dunia internet khususnya media sosial begitu luas dan dalam sehingga tak dapat diprediksi dengan pasti dampak-dampak apa saja yang berpotensi dimunculkan oleh keberadaan internet khususnya media sosial.
2. Untuk para orang tua. Diharapkan untuk memberi pengawasan yang lebih ketat terhadap anak-anak terkhusus orang-orang terdekat dalam penggunaan media sosial. Media sosial dapat menjadi sarana pembelajaran yang baik bagi para anak-anak melalui konten-konten yang ada didalamnya. Meski demikian, media sosial tidak hanya memuat konten-konten positif dan layak dikonsumsi anak-anak. Diharapkan agar para anak-anak dapat mengkonsumsi tayangan-tayangan dan konten-konten yang layak untuk mereka konsumsi.

3. Untuk para tenaga pendidik, diharapkan mampu mensosialisasikan atau memberi pengarahan kepada anak-anak didik untuk memilah konten-konten dari media sosial untuk dikonsumsi. Sehingga muncul kesadaran dan mulai memilih konten-konten yang layak untuk dikonsumsi.



DAFTAR PUSTAKA

- Arif, R. (2005). *Sosiologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bandura, A. (1971). *Social Learning Theory*. New York: General Learning Press.
- Bahri, S. (2023). *Metode Penelitian (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Barida, M. (2016). Pengembangan Perilaku Anak Melalui Imitasi. *Jurnal CARE Edisi Khusus Temu Ilmiah*, Vol 3.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Chaer (2003). *Psikolinguistik Kajian Teoritik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Ferdiansyah, D. S. (2022). Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisa Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hana Putri Aprilia, N., Listiani, E. (2019). Pengaruh Drama Korea Terhadap Perilaku Imitasi Remaja. *Prosiding Manajemen Komunikasi*.
- Holmes, D. (2005). *Communication Theory: Media, Technology and Society*. London: SAGE Publication Ltd.
- Indriana, D. (2011). *Ragam Alat Bantu Media Pengajaran*. Yogyakarta: Diva Press.
- Jakni. (2016). *Metodologi Penelitian Ekspreimen Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Kaplan, A. & Haenlein, M. (2010). Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Krisyantono, R. (2015). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Malisa (2020). *Perilaku Imitasi Melaksanakan Ibadah Shalat Pada Anak Yang Gemar Menonton Tayangan Nusa Official*. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Mar'at (1981). *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukurannnya*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Mawaddah, I. (2018). *Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun Youtube Reza Oktavian Terhadap Perilaku Imitasi Bahasa Anak*. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa. Edisi ke-6*. Jakarta: Salemba Humainaka.

Muhammad, S. (2022) *Perilaku Imitasi Anak Terhadap Tokoh Reyna Pada Tayangan Sinetron Ikatan Cinta (Studi Deskriptif Pada Siswi Kelas 5-6 SD Negeri 01 Suru)*. Skripsi. Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Sultan Agung: Semarang.

Nurul Lathifah, I., Herman, A., Isa Yusaputra, M. (2018) Pengaruh Mengakses Korean Wave terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Kota Palu. *Kanal Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. (R. I. Utami, Ed.). Yogyakarta: Andi.

Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rerung, R. R. (2021). *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

Riyanto, A.D. (2022), *Hootsuite We Are Social: Indonesian Digital Report 2022*, diunduh di <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digitalreport-2022/> tanggal 21 Desember 2022.

Safitri, E. (2015). Eni. Pengaruh Self Assessment System dan Pemeriksaan Pajak Penghasilan Pasal 29 Terhadap Penggunaan Jasa Konsultan (Studi Penelitian Pada Wajib Pajak Badan di KPP Pratama Depok). *Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang*.

Sastroadmodjo, S. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

Sella, Y., (2013). Analisa Perilaku Imitasi Dikalangan Remaja Setelah Menonton Tayangan Drama Seri Korea di Indosiar (Studi Kasus Perumahan Pondok Karya Lestari Sei Kapih Samarinda). *eJournal Ilmu Komunikasi*, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Mulawarman

Sugiyono, D. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta

Survei APJII (2021), diakses pada tanggal 05 Desember 2022, diakses dari <https://survei.apjii.or.id/>.

Syahdi, N. (2016). Pengaruh Terpaan Mobile Advertising Berupa SMS (Short Message Service) Operator Kartu AS Terhadap Sikap Pengguna Telepon Seluler Di Lingkungan Mahasiswa Universitas Riau. *JOM FISIP* 3.

Taherdoost, H. (2016). Validity and Reliability of the Research Instrument; How to Test the Validation of a Questionnaire/Survey in a Research. *International Journal of Academic Research in Management*. 5. 28-36. 10.2139/ssrn.3205040.

Tarde, G. (1903). *The Laws Of Imitation*. New York: Henry Hold and Company.

Walgito, B. (2003). *Psikologi Sosial*. Yokyakarta: Andri Offset.

LAMPIRAN

Penggunaan Media Sosial

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Intensitas Penggunaan
Internet Perhari :

Pada halaman selanjutnya terdapat sebuah skala psikologi berisikan pernyataan mengenai suatu keadaan tertentu. Anda diminta untuk memilih salah satu dari empat pilihan jawaban. Sebelum menjawab, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu :

1. Dalam menjawab skala ini tidak perlu takut salah karena setiap jawaban yang diberikan dapat diterima.
2. Identitas dan jawaban yang anda pilih akan terjamin kerahasiaannya.
3. Pilihlah alternatif jawaban dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada jawaban yang benar sesuai dengan keadaan diri, bukan dengan apa yang seharusnya atau pengaruh orang lain.
4. Pilihan jawaban terdiri dari :
(1) = Tidak Setuju, (2) = Ragu-ragu, dan (3) = Setuju.

Contoh :

No	Pertanyaan	Jawaban		
		Tidak setuju (1)	Ragu-ragu (2)	Setuju (3)
1	Saya menganggap media sosial sebagai kebutuhan yang wajib terpenuhi			✓

5. Jangan sampai ada pertanyaan yang terlewatkan

SELAMAT MENGERJAKAN!

No	Pernyataan	Jawaban		
		Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju
1	Media sosial merupakan kebutuhan yang wajib terpenuhi			
2	Media sosial memberikan kepuasan tersendiri dalam menggunakannya			
3	Saya mendapatkan lebih banyak ilmu dari media sosial daripada sekolah			
4	Saya menghabiskan waktu lebih banyak bermain media sosial daripada belajar			
5	Saya menonton konten apa saja yang ada di media sosial tanpa dipilah			
6	Saya diberi kebebasan untuk menggunakan media sosial tanpa diawasi orang tua			
7	Saya menonton konten-konten untuk kalangan remaja hingga dewasa			
8	Saya takut ketinggalan jaman apabila tidak menggunakan media sosial			
9	Saya tidak bisa makan tanpa ditemani media sosial			
10	Saya tidak bisa tidur tanpa ditemani media sosial			

TERIMA KASIH TELAH MENGERJAKAN DENGAN JUJUR

Perilaku Imitasi

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Intensitas Penggunaan
Internet Perhari :

Pada halaman selanjutnya terdapat sebuah skala psikologi berisikan pernyataan mengenai suatu keadaan tertentu. Anda diminta untuk memilih salah satu dari empat pilihan jawaban. Sebelum menjawab, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu :

1. Dalam menjawab skala ini tidak perlu takut salah karena setiap jawaban yang diberikan dapat diterima.
2. Identitas dan jawaban yang anda pilih akan terjamin kerahasiaannya.
3. Pilihlah alternatif jawaban dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada jawaban yang benar sesuai dengan keadaan diri, bukan dengan apa yang seharusnya atau pengaruh orang lain.
4. Pilihan jawaban terdiri dari :
(1) = Tidak Setuju, (2) = Ragu-ragu, dan (3) = Setuju.

Contoh :

No	Pertanyaan	Jawaban		
		Tidak setuju (1)	Ragu-ragu (2)	Setuju (3)
1	Saya menganggap media sosial sebagai kebutuhan yang wajib terpenuhi			✓

5. Jangan sampai ada pertanyaan yang terlewatkan

SELAMAT MENGERJAKAN

No	Pernyataan	Jawaban		
		Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju
1	Saya berkeinginan untuk menirukan apa yang saya tonton di media sosial			
2	Saya menyisipkan kata-kata yang saya dengar dari media sosial saat saya berbicara			
3	Saya merasa bangga dapat menirukan apa yang saya saksikan di media sosial			
4	Saya ingin menjadi seperti <i>content creator</i> yang saya lihat di media sosial			
5	Saya merasa keren apabila konten yang saya unggah banyak ditonton			
6	Saya senang menyanyikan lagu-lagu yang sedang viral di media sosial			
7	Saya sering membahas topik yang sedang viral di media sosial			
8	Saya menirukan hal-hal yang berbau remaja hingga dewasa misalnya bermain pacar-pacaran			
9	Saya selalu diapresiasi orang tua apabila mampu menirukan hal-hal yang sedang viral di media sosial			
10	Saya menganggap bahwa menirukan hal apa saja dari internet merupakan hal yang diperbolehkan			

TERIMA KASIH SUDAH MENGERJAKAN DENGAN JUJUR

			Correlations										
			X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	Total
Spearman's rho	X01	Correlation Coefficient	1,000	.227*	0,121	0,066	.248**	0,021	0,178	0,052	0,060	0,011	.382**
		Sig. (2-tailed)		0,012	0,185	0,474	0,006	0,820	0,051	0,569	0,515	0,906	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	X02	Correlation Coefficient	.227*	1,000	.223*	0,012	0,052	.222*	0,063	0,147	.182*	0,133	.457**
		Sig. (2-tailed)	0,012		0,014	0,899	0,568	0,014	0,495	0,109	0,045	0,147	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	X03	Correlation Coefficient	0,121	.223*	1,000	0,100	0,104	0,128	0,095	0,118	0,123	0,028	.405**
		Sig. (2-tailed)	0,185	0,014		0,273	0,257	0,161	0,302	0,199	0,181	0,762	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	X04	Correlation Coefficient	0,066	0,012	0,100	1,000	.277**	.244**	0,115	0,021	0,021	.194*	.392**
		Sig. (2-tailed)	0,474	0,899	0,273		0,002	0,007	0,211	0,817	0,819	0,033	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	X05	Correlation Coefficient	.248**	0,052	0,104	.277**	1,000	0,175	.195*	0,113	0,035	- 0,015	.435**
		Sig. (2-tailed)	0,006	0,568	0,257	0,002		0,055	0,032	0,217	0,706	0,867	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	X06	Correlation Coefficient	0,021	.222*	0,128	.244**	0,175	1,000	.277**	0,156	.232*	.255**	.561**
		Sig. (2-tailed)	0,820	0,014	0,161	0,007	0,055		0,002	0,087	0,010	0,005	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	X07	Correlation Coefficient	0,178	0,063	0,095	0,115	.195*	.277**	1,000	.355**	.241**	.268**	.589**
		Sig. (2-tailed)	0,051	0,495	0,302	0,211	0,032	0,002		0,000	0,008	0,003	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	X08	Correlation Coefficient	0,052	0,147	0,118	0,021	0,113	0,156	.355**	1,000	.210*	.195*	.517**
		Sig. (2-tailed)	0,569	0,109	0,199	0,817	0,217	0,087	0,000		0,021	0,032	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	X09	Correlation Coefficient	0,060	.182*	0,123	0,021	0,035	.232*	.241**	.210*	1,000	.187*	.476**
		Sig. (2-tailed)	0,515	0,045	0,181	0,819	0,706	0,010	0,008	0,021		0,040	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	X10	Correlation Coefficient	0,011	0,133	0,028	.194*	- 0,015	.255**	.268**	.195*	.187*	1,000	.456**
		Sig. (2-tailed)	0,906	0,147	0,762	0,033	0,867	0,005	0,003	0,032	0,040		0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Total	Correlation Coefficient	.382**	.457**	.405**	.392**	.435**	.561**	.589**	.517**	.476**	.456**	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

			Correlations										Total
			Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	
Spearman's rho	Y01	Correlation Coefficient	1,000	-	0,048	.902**	-	-	0,027	-	0,124	0,011	.354**
		Sig. (2-tailed)		0,016	0,597	0,000	0,038	0,065	0,772	0,747	0,174	0,908	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Y02	Correlation Coefficient	-	1,000	-	-	.927**	-	.886**	-	0,135	0,024	.581**
		Sig. (2-tailed)	0,016		0,023	0,018		0,024	0,000	0,498	0,140	0,795	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Y03	Correlation Coefficient	0,048	-	1,000	0,025	-	.901**	-	.838**	0,075	.200*	.558**
		Sig. (2-tailed)	0,597	0,800		0,787	0,788	0,000	0,666	0,000	0,412	0,028	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Y04	Correlation Coefficient	.902**	-	0,025	1,000	0,060	0,020	0,049	0,052	.179*	0,007	.409**
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,847	0,787		0,513	0,827	0,596	0,572	0,049	0,937	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Y05	Correlation Coefficient	-	.927**	-	0,060	1,000	0,049	.948**	0,008	.181*	0,038	.639**
		Sig. (2-tailed)	0,038		0,025			0,593	0,000	0,931	0,046	0,676	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Y06	Correlation Coefficient	-	-	.901**	0,020	0,049	1,000	0,008	.937**	0,110	0,146	.578**
		Sig. (2-tailed)	0,065	0,024	0,000	0,827	0,593		0,926	0,000	0,230	0,110	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Y07	Correlation Coefficient	0,027	.886**	-	0,049	.948**	0,008	1,000	-	0,159	0,051	.634**
		Sig. (2-tailed)	0,772	0,000	0,666	0,596	0,000	0,926		0,979	0,081	0,581	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Y08	Correlation Coefficient	-	-	.838**	0,052	0,008	.937**	-	1,000	0,094	.182*	.559**
		Sig. (2-tailed)	0,030	0,062	0,000	0,572	0,931	0,000	0,002	0,979		0,307	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Y09	Correlation Coefficient	0,124	0,135	0,075	.179*	.181*	0,110	0,159	0,094	1,000	-	.384**
		Sig. (2-tailed)	0,174	0,140	0,412	0,049	0,046	0,230	0,081	0,307		0,986	0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Y10	Correlation Coefficient	0,011	0,024	.200*	0,007	0,038	0,146	0,051	.182*	-	1,000	.333**
		Sig. (2-tailed)	0,908	0,795	0,028	0,937	0,676	0,110	0,581	0,046	0,986		0,000
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Total	Correlation Coefficient	.354**	.581**	.558**	.409**	.639**	.578**	.634**	.559**	.384**	.333**	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		
		N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	121	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	121	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	20.1653	13.156	.205	.607
X02	20.2893	12.791	.281	.590
X03	20.1983	12.994	.230	.602
X04	19.9752	13.124	.220	.604
X05	20.0083	13.142	.238	.599
X06	20.0661	12.229	.377	.567
X07	20.1240	11.960	.419	.556
X08	20.0661	12.596	.303	.585
X09	20.1570	12.683	.287	.588
X10	20.0000	12.817	.291	.587

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	121	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	121	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	19.5702	14.514	.186	.678
Y02	19.7025	12.894	.421	.634
Y03	19.4298	13.397	.393	.641
Y04	19.5041	14.169	.251	.667
Y05	19.6446	12.514	.488	.619
Y06	19.4298	13.314	.418	.636
Y07	19.6529	12.595	.477	.622
Y08	19.3884	13.456	.400	.640
Y09	19.4215	14.379	.198	.677
Y10	19.6529	14.645	.139	.689

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.274	1.625	10.015	.000
	Penggunaan Media Sosial	.221	.072	.272	.003

a. Dependent Variable: Perilaku Imitasi Pada Anak-anak

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	19.59	22.90	21.21	.858	121
Residual	-5.455	6.648	.000	3.033	121
Std. Predicted Value	-1.899	1.961	.000	1.000	121
Std. Residual	-1.791	2.183	.000	.996	121

a. Dependent Variable: Perilaku Imitasi Pada Anak-anak

UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 2900/FIS.3/01.10/VII/2024 Medan, 1 Juli 2024
Lampiran. : -
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Kepada Yth.
Kepala Sekolah SDS IT DAARUSSAKINAH KABUPATEN ASAHAN
Jl. Protokol Sei Kamah I Kecamatan Sei Dadap Kabupaten Asahan

Dengan hormat,

Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :

Nama : Alpi Sukrian Nasution
NIM : 198530143
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada SDS IT DAARUSSAKINAH KABUPATEN ASAHAN untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

"PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU IMITASI PADA ANAK-ANAK DI SDS IT DAARUSSAKINAH KABUPATEN ASAHAN"

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

a.n Dekan
Wakil Bidang Penjaminan Mutu Akademik

Dr. Selamat Riadi, SE., M.I.Kom

Tembusan:
1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip

**YAYASAN PENDIDIKAN DAARUSSAKINAH
SD SWASTA ISLAM TERPADU DAARUSSAKINAH
JL. PROTOKOL SEI KAMAH I KECAMATAN SEI DADAP KAB. ASAHAN**

SURAT KETERANGAN

Nomor : 23/SDS IT DS/SK.I/SSR/X/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini : Fitri Handayani, S.H
Jabatan : Kepala Sekolah
Instansi : SD Swasta Islam Terpadu Daarussakinah
Alamat : Jl.Protokol Sei Kamah I Sei Dadap

Dengan ini Menerangkan Bahwa

Nama : Alpi Sukrian Nasution
NPM : 198530143
Tempat Tanggal Lahir : Kotapinang, 23 April 2000
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Alamat : Jl.Protokol Sei Kamah I Sei Dadap
Judul Skripsi : PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU
IMITASI PADA ANAK-ANAK DI SD S IT DAARUSSAKINAH
KABUPATEN ASAHAN

Benar nama tersebut telah selesai melaksanakan PENELITIAN/RISET pada tanggal 27 Agustus 2024 s/d 03 September 2024 di SD SWASTA ISLAM TERPADU DAARUSSAKINAH guna untuk keperluan penyusunan karya tulis atau skripsi.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Asahan, 25 September 2024

Kepala Sekolah


ELITRI HANDAYANI, S.H