

The use of social media in the communication patterns of IPB University vocational school students

Tubagus Ahmad Naufal Mubarak¹, Hari Otang Sasmita², Rici Tri Harpin Pranata³, Sutisna Riyanto⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Komunikasi Digital dan Media, IPB University, Indonesia

Email: tubagus10ahmad@apps.ipb.ac.id; hario@apps.ipb.ac.id; ricitriha@apps.ipb.ac.id; sutisnari@apps.ipb.ac.id

ABSTRAK

Media sosial memiliki peran penting dalam membentuk pola komunikasi mahasiswa yang semakin cepat, fleksibel, dan berbasis digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis intensitas penggunaan media sosial, mengidentifikasi pola komunikasi yang terbentuk, serta menguji pengaruh penggunaan media sosial terhadap pola komunikasi mahasiswa Program Studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei skala Likert terhadap 91 responden. Data dianalisis melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, serta analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa menggunakan media sosial dengan tingkat intensitas yang tinggi, dengan platform WhatsApp, Instagram, dan TikTok sebagai media yang paling dominan digunakan. Hasil uji regresi menunjukkan nilai R sebesar 0,565 dan R Square sebesar 0,319, yang mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh signifikan sebesar 31,9% terhadap pola komunikasi mahasiswa. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial berkontribusi secara nyata dalam membentuk pola komunikasi mahasiswa agribisnis, meskipun masih terdapat faktor lain seperti komunikasi interpersonal secara langsung dan pengalaman berorganisasi yang turut memengaruhi pola komunikasi mahasiswa secara keseluruhan.

Kata Kunci: mahasiswa; media sosial; pola komunikasi; teknologi digital

ABSTRACT

Social media plays a crucial role in shaping students' increasingly rapid, flexible, and digital communication patterns. This study aims to analyze the intensity of social media use, identify the communication patterns that are formed, and examine the influence of social media use on the communication patterns of students in the Agribusiness Management Study Program, IPB Vocational School. This study used a quantitative method with a Likert scale survey technique on 91 respondents. Data were analyzed through validity, reliability, normality, linearity, and simple linear regression analysis. The results showed that the majority of students used social media with a high level of intensity, with WhatsApp, Instagram, and TikTok as the most dominant platforms used. The regression test results showed an R value of 0.565 and an R Square of 0.319, indicating that social media use had a significant effect of 31.9% on students' communication patterns. These findings confirm that social media significantly contributes to shaping the communication patterns of agribusiness students, although other factors such as direct interpersonal communication and organizational experience also influence students' overall communication patterns.

Keyword: students; social media; communication patterns; digital technology

Corresponding Author:

Tubagus Ahmad Naufal Mubarak,
IPB University,
Jl. Kumbang No.14, Kelurahan Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota
Bogor, Jawa Barat 16128, Indonesia
Email: tubagus10ahmad@apps.ipb.ac.id



1. INTRODUCTION

Media sosial telah menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat modern, khususnya di kalangan generasi muda yang sebagian besar terdiri atas mahasiswa dan tercatat sebagai pengguna media sosial paling aktif. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan jejaring

sosial, tetapi juga dimanfaatkan untuk memperoleh informasi, membangun jaringan akademik, serta mendukung proses pembelajaran baik secara informal maupun formal. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peranan yang besar dalam membentuk dan mendukung pola komunikasi generasi mahasiswa saat ini. Menurut Bahriyah et al. (2023), generasi digital cenderung berinteraksi secara spontan dan non-hierarkis melalui media sosial, sehingga membentuk pola komunikasi baru yang lebih terbuka dan fleksibel.

Studi yang dilakukan oleh Savitri et al. (2025) menyatakan bahwa penggunaan media sosial telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, dari komunikasi tatap muka menjadi komunikasi berbasis platform digital yang lebih cepat, terbuka, dan fleksibel. Perubahan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat berbagi informasi, tetapi juga membentuk pola komunikasi baru yang lebih dinamis di berbagai kelompok sosial, termasuk mahasiswa. Dalam konteks pendidikan tinggi, media sosial dapat memberikan dampak positif maupun negatif terhadap pola komunikasi mahasiswa. Di satu sisi, media sosial mempermudah mahasiswa untuk berbagi informasi, berdiskusi terkait materi perkuliahan, serta berkolaborasi dalam tugas kelompok tanpa dibatasi ruang dan waktu. Penelitian Deviv et al. (2024) menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana interaksi sosial, tetapi juga memfasilitasi kolaborasi akademik, diskusi kelompok, dan pertukaran informasi antar mahasiswa.

Namun, di sisi lain, intensitas penggunaan media sosial yang tinggi berpotensi menurunkan kualitas komunikasi tatap muka, memunculkan kesalahpahaman akibat keterbatasan ekspresi nonverbal, serta menurunkan etika komunikasi akademik. Studi yang dilakukan oleh Khaira et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan pada remaja dan mahasiswa dapat mengurangi intensitas komunikasi langsung, menurunkan empati, serta melemahkan kualitas interaksi interpersonal. Tantangan ini penting untuk dikaji lebih lanjut, mengingat kemampuan komunikasi merupakan salah satu kompetensi kunci dalam dunia pendidikan dan dunia kerja, khususnya di bidang agribisnis yang menuntut interaksi intensif dengan berbagai pihak seperti petani, pelaku usaha, konsumen, dan pemerintah.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan media sosial dengan aspek komunikasi mahasiswa. Setiani et al. (2024) menemukan bahwa sekitar 95% mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk menunjang pembelajaran mandiri. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada dampak media sosial terhadap prestasi akademik, kesehatan mental, atau motivasi belajar. Kajian yang secara khusus menyoroti pola komunikasi mahasiswa, terutama pada bidang agribisnis, masih relatif terbatas. Adhim dan Pranata (2025) menunjukkan bahwa platform seperti TikTok mampu membangun interaksi dua arah yang kuat melalui kreativitas digital, sehingga media sosial tidak lagi sekadar menjadi ruang berbagi konten, tetapi juga arena pembentukan pola komunikasi yang partisipatif dan strategis di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa permasalahan utama yang perlu dikaji secara lebih mendalam. Pertama, perlunya mengetahui tingkat intensitas penggunaan media sosial oleh mahasiswa Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB. Kedua, perlu dianalisis apakah penggunaan media sosial tersebut berpengaruh terhadap pola komunikasi mahasiswa, baik dalam konteks akademik maupun nonakademik. Selain itu, penelitian ini juga berupaya menggali sejauh mana media sosial berkontribusi dalam membentuk pola komunikasi mahasiswa Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB. Penelitian Alamsyah et al. (2024) menunjukkan bahwa mahasiswa semakin mengandalkan media sosial sebagai ruang komunikasi utama karena sifatnya yang instan, fleksibel, serta mendukung interaksi dua arah lintas konteks akademik dan sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis intensitas penggunaan media sosial oleh mahasiswa Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB, mengidentifikasi pola komunikasi mahasiswa baik dalam konteks akademik maupun nonakademik, serta menguji pengaruh penggunaan media sosial terhadap pola komunikasi mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran media sosial dalam membentuk cara mahasiswa berkomunikasi di lingkungan kampus.

2. RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei berbasis skala Likert untuk menganalisis hubungan antara penggunaan media sosial dan pola komunikasi mahasiswa. Pemilihan metode survei didukung oleh temuan Setiani et al. (2024) yang menunjukkan bahwa survei kuantitatif melalui kuesioner daring efektif untuk mengukur pola penggunaan media sosial mahasiswa serta menganalisis hubungan statistik antarvariabel. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran hubungan antara dua variabel, yaitu penggunaan media sosial sebagai variabel independen dan pola komunikasi mahasiswa sebagai variabel dependen. Pendekatan ini dinilai tepat karena memungkinkan peneliti memperoleh data numerik yang terukur dan dapat dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Metode survei diterapkan melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert kepada mahasiswa Program Studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB. Metode ini dipilih karena mampu menjaring data dalam jumlah besar dalam waktu yang relatif singkat serta memberikan gambaran umum mengenai tingkat penggunaan media sosial dan hubungannya dengan pola komunikasi mahasiswa. Studi Savitri et al. (2025) turut memperkuat penggunaan metode ini dengan menunjukkan bahwa analisis perilaku digital dan interaksi media sosial efektif dalam memetakan pola komunikasi dan penyebaran informasi secara sistematis.

Penelitian dilaksanakan secara daring dengan menyebarkan kuesioner yang telah dirancang kepada mahasiswa Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB. Penyebaran kuesioner secara online dipilih karena dinilai lebih efisien dan efektif dalam menjangkau responden dalam jumlah besar dalam waktu singkat. Kondisi mahasiswa saat ini yang terbiasa berinteraksi melalui platform digital seperti WhatsApp, Instagram, dan media sosial lainnya mendukung pelaksanaan penelitian daring. Selain itu, lingkungan akademik yang dinamis, aktivitas kelompok belajar, kegiatan organisasi, serta komunikasi sehari-hari yang banyak bergantung pada media digital menjadikan metode ini relevan dengan konteks penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB pada tahun akademik penelitian berlangsung. Karakteristik utama populasi meliputi mahasiswa yang terdaftar sebagai mahasiswa aktif, memiliki akses internet, dan menggunakan media sosial dalam aktivitas sehari-hari. Pemilihan mahasiswa agribisnis sebagai subjek penelitian didasarkan pada ketertarikan peneliti untuk mengetahui apakah pola komunikasi mereka dipengaruhi oleh penggunaan media sosial. Mahasiswa agribisnis memiliki karakteristik pembelajaran yang relatif berbeda dibandingkan program studi lain, karena sebagian besar kegiatan akademik dilakukan di luar ruangan melalui praktik lapangan, kunjungan industri, pengamatan usaha tani, serta interaksi langsung dengan petani, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan agribisnis.

Karakteristik pembelajaran tersebut menjadikan komunikasi tatap muka sebagai bagian dominan dalam keseharian mahasiswa agribisnis, mengingat keberhasilan kegiatan lapangan sangat bergantung pada kemampuan berinteraksi secara langsung, berdiskusi, menyampaikan instruksi teknis, serta memecahkan masalah secara kolaboratif. Kondisi ini menarik untuk diteliti lebih lanjut, apakah intensitas penggunaan media sosial yang tinggi di era digital tetap memberikan pengaruh signifikan terhadap pola komunikasi mahasiswa agribisnis, baik dalam konteks akademik maupun sosial.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner online melalui Google Form sebagai instrumen utama penelitian. Pemilihan kuesioner didasarkan pada pertimbangan efektivitas, kemudahan akses bagi responden, serta kesesuaian dengan kondisi penelitian yang dilakukan secara daring. Data yang dikumpulkan merupakan data primer berupa jawaban responden terkait intensitas penggunaan media sosial dan pola komunikasi yang terbentuk. Seluruh pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin (1–5) untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan.

Data yang terkumpul diolah menggunakan Google Sheet dan dianalisis lebih lanjut dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan margin of error sebesar 10%. Dengan jumlah populasi sekitar 1.000 mahasiswa, diperoleh jumlah responden sebanyak 91 orang. Margin of error 10% dipilih untuk menyesuaikan keterbatasan waktu dan efisiensi pengumpulan data, serta tetap mempertahankan tingkat representativitas sampel.

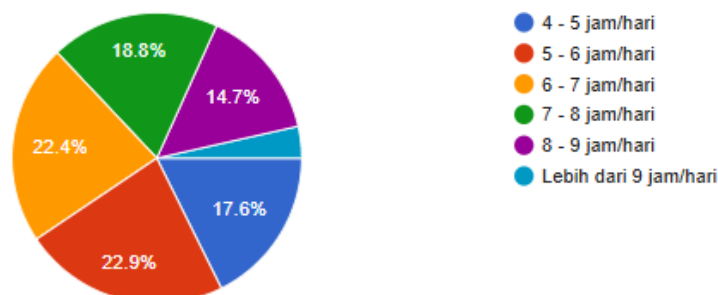
Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen penelitian. Selanjutnya, data dianalisis secara deskriptif guna menggambarkan pola penggunaan media sosial dan intensitas komunikasi mahasiswa. Tahap berikutnya adalah uji normalitas data sebagai prasyarat analisis inferensial. Apabila data berdistribusi normal, analisis dilanjutkan dengan uji linearitas dan regresi sederhana menggunakan uji t untuk mengetahui hubungan kausal antara variabel independen dan dependen.

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penggunaan media sosial dan pola komunikasi mahasiswa. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai Corrected Item–Total Correlation dan membandingkannya dengan nilai r-tabel. Apabila nilai korelasi butir lebih besar dari r-tabel dan bernilai positif, maka item pernyataan dinyatakan valid. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi berada pada angka 0,751 dengan tingkat signifikansi $< 0,001$. Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel penggunaan media sosial (X) dan pola komunikasi mahasiswa (Y), serta menegaskan bahwa hubungan yang terjadi signifikan secara statistik.

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrumen penelitian dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Hasil pengujian menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,820 untuk dua variabel yang diuji, yaitu variabel penggunaan media sosial dan pola komunikasi mahasiswa. Nilai tersebut berada di atas standar reliabilitas $\alpha \geq 0,8$ yang dikategorikan sebagai *good reliability*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang tinggi dan dapat dipercaya dalam mengukur konstruk yang ditetapkan.

3. RESULTS AND DISCUSSION

A. Intensitas Penggunaan Media Sosial

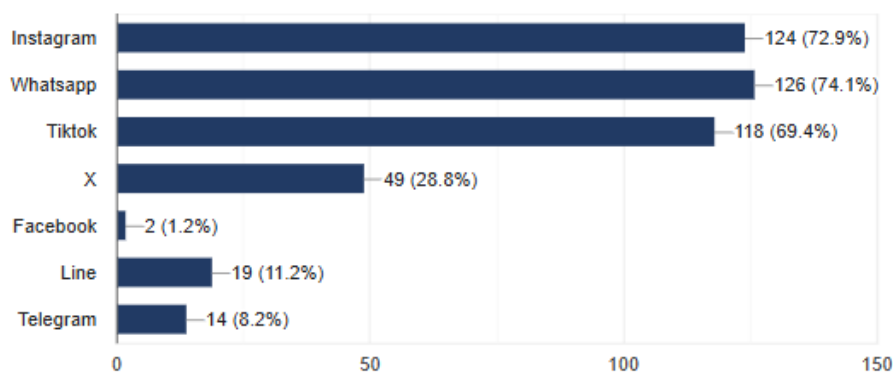


Gambar 1. Hasil Data Intensitas penggunaan media sosial (Google Form 2025)

Intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB menunjukkan variasi yang cukup beragam, mulai dari kategori sangat aktif hingga kurang aktif. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa sebanyak 22,9% mahasiswa menggunakan media sosial selama 5–6 jam per hari, 22,4% selama 6–7 jam per hari, 18,8% selama 7–8 jam per hari, dan 18,2% menggunakan media sosial lebih dari 8 jam per hari. Sementara itu, sebagian kecil mahasiswa lainnya menggunakan media sosial kurang dari 5 jam per hari. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa berada dalam kategori penggunaan media sosial yang intensif.

Temuan tersebut selaras dengan konsep *social media mindset* yang dikemukakan oleh Lee dan Hancock (2024), yang menjelaskan bahwa individu memiliki keyakinan dasar bahwa media sosial merupakan bagian penting dari kehidupan sehari-hari, sehingga mendorong mereka untuk mengalokasikan waktu yang cukup besar pada aktivitas digital. Tingginya intensitas penggunaan media sosial juga mendukung pandangan Savitri et al. (2025) yang menyatakan bahwa pola komunikasi mahasiswa telah bergeser dari komunikasi tatap muka menuju komunikasi berbasis platform digital yang cepat, fleksibel, dan terbuka. Keberadaan konten digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi bentuk edukasi digital yang turut membentuk cara mahasiswa memahami dan memaknai informasi. Putra et al. (2025) menegaskan bahwa efektivitas komunikasi digital pada mahasiswa sangat dipengaruhi oleh cara penyajian informasi agar tidak menimbulkan kelelahan kognitif bagi pengguna.

Hal ini mengindikasikan bahwa semakin intens mahasiswa berinteraksi dengan media sosial, semakin kuat pula pola komunikasi digital yang terbentuk dalam aktivitas akademik maupun non-akademik. Pujiyana et al. (2025) juga menjelaskan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap pola interaksi sosial mahasiswa, termasuk dalam membangun dan memelihara relasi melalui platform digital. Studi yang dilakukan oleh Azahra et al. (2024) menemukan bahwa media sosial kini menjadi ruang interaksi utama yang membentuk kebiasaan komunikasi baru di kalangan mahasiswa.



Gambar 2. menampilkan hasil data aplikasi media sosial yang digunakan oleh mahasiswa

Gambar 2 menampilkan hasil data aplikasi media sosial yang digunakan oleh mahasiswa Agribisnis Sekolah Vokasi IPB berdasarkan pengisian Google Form tahun 2025. Hasil menunjukkan bahwa WhatsApp menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan, yaitu sebesar 74,1%, diikuti oleh Instagram sebesar 72,9%, dan TikTok sebesar 69,4%. Selain itu, beberapa aplikasi lain juga digunakan oleh sebagian mahasiswa, seperti X sebesar 28,8%, Line sebesar 11,2%, Telegram sebesar 8,2%, dan Facebook sebesar 1,2%. Total data yang

diperoleh berasal dari 170 pilihan aplikasi yang diisi oleh responden mahasiswa Agribisnis Sekolah Vokasi IPB. Dominasi aplikasi berbasis pesan instan dan media berbagi visual ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih menyukai pola komunikasi yang cepat, responsif, dan berorientasi multimedia.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Bruguera et al. (2022) yang menyatakan bahwa mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari *learning ecologies*, yaitu ekosistem belajar yang mengombinasikan konteks formal dan informal, serta ruang digital dan fisik. Studi Sivakumar et al. (2023) juga mendukung hasil ini dengan menjelaskan bahwa media sosial berfungsi sebagai sarana berbagi pengetahuan, pembelajaran, dan peningkatan keterlibatan mahasiswa, baik untuk tujuan akademik maupun sosial. Menurut Nie dan Searle (2022), mahasiswa membangun ekologi belajarnya dengan mengintegrasikan berbagai platform digital seperti WhatsApp, Instagram, dan sistem manajemen pembelajaran untuk memenuhi kebutuhan komunikasi akademik dan sosial secara simultan.

B. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dianalisis memiliki pola distribusi yang mendekati normal. Pengujian ini penting karena distribusi data atau setidaknya residual yang berdistribusi normal akan menghasilkan estimasi statistik yang lebih valid dan tidak bias. Distribusi data yang normal memungkinkan hubungan antarvariabel diukur secara lebih akurat serta memastikan bahwa model statistik yang digunakan mampu merepresentasikan fenomena penelitian secara tepat.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas (SPSS 2025)

	Kolmogorov-smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X	,123	91	,001	,933	91	<,001
Y	,119	91	,003	,947	91	<,001

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov terhadap 91 responden, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel X sebesar 0,001 dan variabel Y sebesar 0,003. Kedua nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terdistribusi secara normal. Namun demikian, dengan jumlah sampel yang tergolong besar ($n = 91$), analisis regresi linear tetap dapat dilanjutkan. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa regresi linear cukup *robust* terhadap pelanggaran asumsi normalitas pada ukuran sampel yang besar.

Ketidaknormalan distribusi data dapat dipahami mengingat perilaku komunikasi digital mahasiswa tidak bersifat homogen. *Learning Ecologies Approach* yang dikemukakan oleh García Martínez et al. (2022) menyatakan bahwa pola komunikasi mahasiswa terbentuk dalam ekosistem yang kompleks melalui interaksi digital, informal, formal, dan fisik secara bersamaan. Oleh karena itu, variasi data yang tidak terdistribusi normal merupakan konsekuensi logis dari beragamnya konteks dan intensitas komunikasi yang terjadi dalam ruang digital mahasiswa.

C. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk memastikan bahwa hubungan antara variabel independen (penggunaan media sosial) dan variabel dependen (pola komunikasi mahasiswa) memiliki pola hubungan yang bersifat linear. Dalam analisis regresi, asumsi linearitas harus dipenuhi karena model regresi linear hanya dapat memberikan hasil yang akurat apabila perubahan pada variabel bebas menghasilkan perubahan yang proporsional pada variabel terikat.

Tabel 2. Hasil uji linearitas (SPSS 2025)

Sumber	Sum of Squares	df	Mean Square	f	Sig.
Between Groups	1893,745	23	82,337	3,883	<,001
	1064,608	1	1064,608	50,201	<,001
	829,137	22	37,688	1,777	,037
Within Groups	1442,081	68	21,207		
Total	3335,826	91			

Berdasarkan hasil uji linearitas yang disajikan pada Tabel 2, diperoleh nilai signifikansi *linearity* sebesar $< 0,001$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan media sosial dan pola komunikasi mahasiswa bersifat linear secara statistik. Dengan demikian, asumsi linearitas telah terpenuhi.

Selain itu, nilai *deviation from linearity* sebesar 0,037 menunjukkan adanya penyimpangan kecil dari pola linear sempurna. Namun, karena nilai tersebut masih berada dalam batas yang dapat diterima, hubungan antara kedua variabel tetap memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke tahap analisis regresi linear. Penyimpangan kecil ini tidak mengganggu validitas model secara keseluruhan.

Hasil ini mendukung *Social Media Impact Theory* yang diperkenalkan oleh Rachmad (2023), yang menjelaskan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki potensi untuk mengubah pola komunikasi secara langsung dan berkelanjutan. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, maka semakin kuat pula pola komunikasi digital yang terbentuk. Penyimpangan kecil dari linearitas yang sempurna dapat dipahami sebagai karakteristik alami dari komunikasi digital yang bersifat spontan, cepat, dan cair, sebagaimana dijelaskan dalam kajian Savitri et al. (2025).

D. Uji Regresi

Uji regresi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X (penggunaan media sosial) terhadap variabel Y (pola komunikasi mahasiswa). Pada regresi sederhana, hubungan antara variabel X dan Y diasumsikan berbentuk garis lurus. Model regresi menghasilkan dua informasi utama, yaitu koefisien regresi yang menunjukkan arah serta besaran pengaruh, dan nilai signifikansi (*p-value*) yang menentukan apakah pengaruh tersebut terbukti secara statistik.

Tabel 3. Hasil uji regresi model summary (SPSS 2025)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,565	,319	,312	5,50676

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,565. Nilai ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat dan positif antara penggunaan media sosial dan pola komunikasi mahasiswa. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, maka cenderung semakin tinggi pula perubahan pola komunikasi mahasiswa.

Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,319 menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial mampu menjelaskan sebesar 31,9% variasi yang terjadi pada pola komunikasi mahasiswa. Dengan demikian, sebesar 68,1% variasi pola komunikasi dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti komunikasi interpersonal, lingkungan organisasi, maupun pengalaman sosial mahasiswa.

Tabel 4. Hasil uji regresi tabel ANOVA (SPSS 2025)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1279,281	1	1279,281	42,186	<,001
Residual	2729,198	90	30,324		
Total	4008,478	91			

Berdasarkan hasil uji ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 42,186 dengan nilai signifikansi < 0,001. Nilai signifikansi yang jauh lebih kecil dari batas 0,05 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan bersifat signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel penggunaan media sosial secara keseluruhan berpengaruh nyata dalam menjelaskan variasi pola komunikasi mahasiswa, sehingga model regresi yang terbentuk layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 5. Hasil uji regresi tabel coefficients (SPSS 2025)

Model	Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11,975	4,230	—	2,831	,006
	X	,619	,095	,565	6,495	<,001

Selanjutnya, hasil uji regresi pada tabel *Coefficients* menunjukkan bahwa nilai konstanta (intercept) sebesar 11,975. Nilai ini mengindikasikan bahwa apabila penggunaan media sosial bernilai nol, maka pola komunikasi mahasiswa diprediksi berada pada angka 11,975. Koefisien regresi variabel X sebesar 0,619 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada penggunaan media sosial akan meningkatkan nilai pola komunikasi mahasiswa sebesar 0,619 satuan. Dengan demikian, persamaan regresi yang terbentuk dapat dituliskan sebagai:

$$Y = 11,975 + 0,619X$$

Nilai t hitung sebesar 6,495 dengan tingkat signifikansi < 0,001 menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap pola komunikasi mahasiswa. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, maka semakin besar perubahan pola komunikasi yang terbentuk pada mahasiswa.

Temuan ini memberikan bukti empiris yang menguatkan hasil penelitian Savitri et al. (2025) bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi, tetapi juga menjadi faktor penting dalam membentuk pola komunikasi mahasiswa, baik dalam konteks akademik maupun sosial. Perubahan tersebut tercermin dari meningkatnya ketergantungan mahasiswa pada media sosial sebagai sarana koordinasi, pertukaran pesan, serta interaksi sehari-hari.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan *Social Media Impact Theory* yang menegaskan bahwa media sosial telah berkembang menjadi kekuatan budaya yang secara aktif membentuk cara individu berpikir, bertindak, dan berinteraksi. Komunikasi digital menciptakan pola komunikasi baru yang lebih cepat, ringkas, serta menekankan aspek visual dan emosional melalui fitur multimedia. Kondisi ini berdampak pada berkurangnya dominasi komunikasi tatap muka dan ekspresi non-verbal dalam interaksi langsung.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya menegaskan peran sentral media sosial dalam pembentukan pola komunikasi mahasiswa di era digital, tetapi juga menunjukkan adanya transformasi budaya komunikasi yang menuntut adaptasi keterampilan komunikasi interpersonal. Hal ini menjadi penting, terutama bagi mahasiswa agribisnis yang dalam konteks akademik dan profesional tetap dituntut mampu berkomunikasi secara efektif, baik dalam interaksi digital maupun tatap muka di lapangan.

4. CONCLUSION

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap pola komunikasi mahasiswa Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB. Berdasarkan hasil pengolahan data melalui serangkaian uji statistik, mulai dari uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, hingga regresi sederhana, diperoleh bukti empiris bahwa penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap pola komunikasi mahasiswa. Nilai korelasi (R) yang berada pada kisaran 0,565–0,577 serta nilai R Square sebesar 0,319–0,333 menunjukkan bahwa penggunaan media sosial mampu menjelaskan sekitar 31,9%–33,3% variasi pola komunikasi mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin intens mahasiswa menggunakan media sosial, semakin berkembang pula pola komunikasi yang terbentuk, baik dalam konteks sosial maupun akademik.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa menghabiskan waktu lebih dari lima jam per hari untuk bermedia sosial, dengan aplikasi yang paling dominan digunakan adalah WhatsApp, Instagram, dan TikTok. Preferensi terhadap aplikasi-aplikasi tersebut mencerminkan kecenderungan pola komunikasi yang cepat, responsif, interaktif, dan berbasis multimedia. Pola komunikasi digital yang terbentuk memberikan peluang bagi mahasiswa untuk saling bertukar informasi akademik, berdiskusi terkait tugas perkuliahan, memperluas jaringan, serta melakukan kolaborasi tanpa batasan ruang dan waktu. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi telah menjadi ruang komunikasi utama yang mendukung proses pembelajaran dan aktivitas sosial mahasiswa di lingkungan kampus.

Namun demikian, hasil penelitian ini juga menegaskan bahwa pola komunikasi mahasiswa tidak sepenuhnya ditentukan oleh penggunaan media sosial. Sebesar 66,7% variasi pola komunikasi dipengaruhi oleh faktor lain di luar media sosial, seperti kemampuan komunikasi interpersonal, lingkungan pergaulan, pengalaman organisasi, literasi digital, kepercayaan diri dalam berkomunikasi, serta budaya akademik program studi. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial merupakan salah satu komponen dalam ekosistem komunikasi mahasiswa, sementara pembentukan pola komunikasi secara menyeluruh dipengaruhi oleh interaksi antara dinamika digital dan komunikasi tatap muka. Oleh karena itu, komunikasi digital dan komunikasi langsung perlu saling melengkapi agar efektivitas komunikasi mahasiswa tetap optimal di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat.

REFERENCES

- Adhim, F., & Pranata, R. T. H. (2025). Strategi kreatif digital strategis dalam mengelola TikTok Astra Digital. *Nivedana: Journal of Communication and Language*, 6(2), 391–398. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v6i2.1776>
- Alamsyah, F., & Nugroho, D. (2024). Digital communication strategies in enhancing student engagement on social media. *Journal of Digital Society*, 12(1), 55–68. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.461>
- Azahra, F. A., Wulandari, S., Putri, S. L., Nugroho, A. K. L., & Saputra, A. (2024). Penggunaan media sosial dan interaksi sosial pada mahasiswa. *Journal of Governance and Public Administration*. <https://doi.org/10.59407/jogapa.v1i3.771>
- Bahriyah, E. N., Heryati, E., Laki, I., Sudi, M., & Hariyanto, M. (2023). Social media's usefulness for the digital generation. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 3(3), 86–98. <https://doi.org/10.55606/juitik.v3i3.624>
- Bruguera, C., Guitert, M., & Romeu, T. (2022). Social media in the learning ecologies of communications students: Identifying profiles from students' perspective. *Education and Information Technologies*, 27, 13113–13129. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11169-3>
- Deviv, S., Asri, & Rurung Lawa, F. (2024). Social media utilisation and its implications for student ethics in higher education. *Journal of Indonesian Scholars for Social Research*, 4(1), 126. <https://doi.org/10.59065/jissr.v4i1.126>
- García-Martínez, I., Augusto-Landa, J. M., Quijano-López, R., & León, J. (2022). Self-concept as a mediator of the relation between resilience and academic achievement in university students. *Frontiers in Psychology*, 12, 747168. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.747168>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Khaira, A. A., Aisyah, G., Dewi, H. N. K., Aulia, R. A., & Laksana, A. (2024). Pengaruh media digital dalam penggunaan media sosial terhadap pola komunikasi interpersonal pada remaja. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(4), 357–366. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1376>
- Lee, A. Y., & Hancock, J. T. (2024). Social media mindsets: A new approach to understanding social media use and psychological well-being. *Journal of Computer-Mediated Communication*. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmad048>
- Pujiyana, P., Sawitri, S., Setiawan, I., Anggraeni, L., & Rosidi, M. I. (2025). Pengaruh media sosial dan game online terhadap interaksi sosial mahasiswa. *Indonesian Journal of Social Science*, 3(2). <https://doi.org/10.58818/ijss.v3i2.127>
- Putra, F. H. R., Pranata, R. T. H., & Cholagi, F. F. (2025). Penerapan cognitive load theory dalam pengelolaan konten edukasi digital di Instagram PPSDM ANRI. *Journal Media Public Relations*, 5(1), 183–190. <https://doi.org/10.37090/jmp.v5i1.2555>
- Rachmad, Y. E. (2023). *Social media impact theory*. Port Elizabeth Bay Book Publishing. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/2DBNX>

- Savitri, A. A., Pranata, R. T. H., & Cholagi, F. F. (2025). Publikasi informasi pada pembuatan konten Instagram @bukune di PT Bukune Kreatif Cipta. *Buana Komunikasi*, 6(1), 35–47. <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2025.6.1.4322>
- Setiani, N., Pratiwi, R., & Nihayah, M. (2024). Pola penggunaan media sosial untuk pembelajaran mandiri mahasiswa. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Indonesia*, 4(11), 453–458. <https://doi.org/10.52436/1.jpti.479>
- Sivakumar, A., Jayasingh, S., & Shaik, S. (2023). Social media influence on students' knowledge sharing and learning: An empirical study. *Education Sciences*, 13(7), 745. <https://doi.org/10.3390/educsci13070745>