



## PENGGUNAAN SOSIALMEDIA TERHADAP MINAT ENTERPRENEURSHIP MAHASISWA

Harry Fajar Maulana<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Buton

\*Email: Harry Fajar Maulana@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik dalam berwirausaha dengan menggunakan media sosial. Dalam penelitian ini juga yang dijadikan sasaran adalah mahasiswa pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Buton Tahun Ajaran 2018/2019 dengan jumlah populasi 270. Dalam metode penelitian menggunakan penelitian survey dengan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh jumlah sampel 27. Berdasarkan data responden tersebut kemudian memutuskan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan sampel berdasarkan rumus slovin, Data dalam penelitian ini diolah untuk memperoleh tujuan dari penelitian. Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah minat mahasiswa yang berwirausaha dengan menggunakan media sosial sebesar 14 orang atau (52%) Sedangkan mahasiswa yang belum tetapi berminat melakukan berwirausaha sebanyak (48%) atau 13 orang.

**Kata Kunci:** Penggunaan Sosial Media Minat Entrepreneurship, Mahasiswa

### USE OF SOCIALMEDIA ON STUDENT ENTREPRENEURSHIP INTEREST

#### ABSTRACT

*This study aims to determine the entrepreneurial interest of the students of the Faculty of Social and Political Sciences in entrepreneurship using social media. In this study also used as a target are students at the Faculty of Social and Political Sciences Muhammadiyah Buton University, Academic Year 2018/2019 with a population of 270. The research method using survey research with samples using the Slovin formula so that the number of samples obtained 27. Slovin Based on the respondents' data then decided to conduct research using samples based on the formula. The data in this study were processed to obtain the objectives of the study. The conclusion obtained in this study is the interest of students who are entrepreneurs by using social media by 14 people or (52%) While students who are not yet interested in doing entrepreneurship are as many as (48%) or 13 people.*

**Keywords:** Use of Social Media Interest in Entrepreneurship, Students

**Korespondensi:** Hastuti, S.Sos., M.I.Kom. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Buton. Jalan Betoambari No. 36. Kota Baubau Sulawesi Tenggara. No. HP, WhatsApp: 082255266007 Email: hastutituo@gmail.com

#### PENDAHULUAN

Universitas Muhammadiyah Buton memiliki Visi ialah “Menjadi Universitas Unggul Berbasis Kemaritiman, berjiwa Entrepreneurship yang Berkarakter Islami serta Berdaya Saing Global” Dari Visi tersebut

**Publish by Communication Science Program, Social Politic Faculty Universitas Muhammadiyah Buton.**

**P-ISSN: 2722-6301**

diturunkan ke Visi Fakultas menjadi “Menjadi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang Unggul dalam Pengembangan Sumber Daya Manusia berbasis Kemaritiman serta berkarakter Islami dan berjiwa Entrepreneurship yang menunjang Pembangunan Daerah Pada Tahun 2025”. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik memiliki dua (2) program riset ialah Program Studi Ilmu Komunikasi serta Program Studi Ilmu Pemerintahan dalam mewujudkan Visi universitas serta Fakultas yang diturunkan di Program studi mengharapkan mahasiswa sanggup berwirausaha sehingga seluruh sokongan baik dosen ataupun tenaga pengajar kerap mengadakan kegiatan-kegiatan yang mendukung *entrepreneurship* yang dicanangkan kampus serta di tiap program studi terdapat kurikulum kewirausahaan serta langsung mempraktkannya. Lewat tugas mata kuliah. Perihal ini berarti terdapat tujuan kedepan yang wajib dicapai ialah mahasiswa serta alumninya sanggup berwirausaha. (Sadat, 2016)

Hal tersebut dicoba dengan memasukan modul serta kuliah yang memiliki muatan kewirausahaan serta bisnis. Tidak hanya itu dicoba sebagian seminar bisnis yang menunjang visi tersebut. Pula dibangun inkubator bisnis tempat berwirausaha mahasiswa serta mengikut sertakan mahasiswa dalam Program Kreativitas Mahasiswa. Tetapi apakah ada Atensi berwirausaha pada mahasiswa FISIP UM Buton. (Sadat, 2018). Penelitian ini menciptakan kalau ada minat berwirausaha mahasiswa terhadap kewirausahaan dengan menggunakan media sosial. Tetapi dari pengamatan langsung terhadap aktivitas kewirausahaan yang dicoba oleh kampus, keikutsertaan mahasiswa dikatakan relative sedikit 6-10% dibanding dengan jumlah mahasiswa. (Safitri, 2010) Abad ini diketahui dengan revolusi industri 4.0, dimana siapa yang memahami data, hingga hendak memahami dunia. Serta derasnya data yang terdapat di dukung dengan lahirnya perlengkapan komunikasi pendukungnya yang diketahui dengan smartphone ataupun Sosial Media. Pertumbuhan e-commerce Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Suhariyanto berkata, dari Sensus Ekonomi 2019 yang dicoba grupnya, timbul informasi sedangkan jumlah e-commerce yang terdapat di Indonesia. Dalam kurun waktu 10 tahun, jumlah e-commerce di Indonesia bertambah dekat 17 persen. Dengan perkembangan pengguna internet, Bank Indonesia memperkirakan terdapat 24,7 juta orang yang berbelanja online. Nilai transaksi e-Commerce diprediksi menggapai Rp 144 triliun pada 2018. Jakarta, CNN Indonesia-Generasi milenial dalam rentang umur 20-24 tahun serta 25-29 tahun mempunyai angka penetrasi sampai lebih dari 80 persen pengguna internet di Indonesia. Angka tersebut relatif besar dibanding penduduk kelompok umur yang lain bersumber pada studi terkini yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (Statistik, 2019)

Berisi tentang penjelasan universal hingga dengan spesial berkenaan dengan riset yang dicoba. Dengan membaca bab ini diharapkan pembaca dapat mengerti konsep yang diusung author, variabel yang timbul, tata cara yang digunakan, dan kelebihan postingan dibandingkan yang lain. Oleh sebab itu dalam bab ini timbul kasus pokok serta turunannya ataupun dari kasus universal ke kasus spesial. (Rahayu & Laela, 2018) Dalam hal ini lebih baik apabila didukung terdapatnya gap riset yang jadi celah riset yang jadi keunggulan postingan ini. Abad ini diketahui dengan revolusi industri 4.0, dimana siapa yang memahami data, hingga hendak memahami dunia. Serta derasnya data yang terdapat di dukung dengan lahirnya perlengkapan komunikasi pendukungnya yang diketahui dengan smartphone ataupun Sosial Media. Pertumbuhan e-commerce Kepala Badan Pusat

Statistik (BPS) Suhariyanto berkata, dari Sensus Ekonomi 2016 yang dicoba grupnya, timbul informasi sedangkan jumlah e-commerce yang terdapat di Indonesia. Dalam kurun waktu 10 tahun, jumlah e-commerce di Indonesia bertambah dekat 17 persen. (Statistik, 2019)

Dengan perkembangan pengguna internet, Bank Indonesia memperkirakan terdapat 24,7 juta orang yang berbelanja online. Nilai transaksi e-Commerce diprediksi menggapai Rp 144 triliun pada 2018. Jakarta, CNN Indonesia-- Generasi muda dalam rentang umur 20-24 tahun serta 25-29 tahun mempunyai angka penetrasi sampai lebih dari 80 persen pengguna internet di Indonesia. Angka tersebut relatif besar dibanding penduduk kelompok umur yang lain bersumber pada studi terkini yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Pada jenis 20-24 tahun ditemui 22,3 juta jiwa yang setara 82 persen dari total penduduk di kelompok itu. Sebaliknya pada kelompok 25-29 tahun, ada 24 juta pengguna internet ataupun setara 80 persen total jumlah jiwa. (Sosial et al., 2017) Penemuan itu didukung dengan diketahuinya profesi mahasiswa bagaikan profesi yang sangat banyak memakai internet dibanding zona lain. Kedua kelompok umur itu meninggalkan jauh kelompok umur yang lain ialah jenis umur 30-34 tahun serta 35-39 tahun. Kedua kelompok ini memiliki jumlah pengguna internet yang relatif tidak jauh beda dengan mereka yang lebih muda di angka 20-an juta.

Namun dibandingkan jumlah penduduknya, pengguna internet di kelompok itu cuma dekat 72 persen serta 63 persen. Media sosial merajai konten internet bagaikan yang sangat kerap diakses netizen. Tercatat 97,4 persen orang Indonesia mengakses account media sosial dikala menggunakan internet. Selain itu, indikasi dominasi umur muda nampak dari kegiatan menyaksikan film secara daring, memutar musik online, serta menyaksikan berolahraga online jadi opsi utama pengguna internet bagaikan sumber hiburannya. Cukup jelas ketiga kegiatan itu dekat dengan style hidup kelompok umur muda. Indikasi demikian bisa dilacak dari bahan-bahan operator yang menasar segmen anak muda. Sebut saja Spotify serta Iffix bersama Indosat dan Hooq bersama Telkomsel. (Widiastuti & Margaretha, 2011)

## METODE PENELITIAN

Riset survei ialah sesuatu wujud kegiatan yang telah jadi kerutinan pada warga, serta banyak antara lain berpengalaman dengan studi ini bagaikan sesuatu wujud yang tertentu ataupun yang yang lain. Survey studi dibesarkan bagaikan wujud pendekatan positivist pada ilmu-ilmu sosial. Sebagaimana dikatakan oleh Robert Groves, seseorang pakar survey terkemuka, "survey menciptakan data yang secara natural bertabiat statistik". Survey ialah wujud dasar kualitatif serta kuantitatif". Riset survey menanyakan kepada sebagian responden tentang kepercayaannya, pendapat-pendapat, ciri, serta sikap yang sudah ataupun lagi terjadi. Survey sediakan pertanyaan-pertanyaan buat riset tentang laporan kepercayaan/ keyakinan ataupun sikap diri. Pertanyaan-pertanyaan tersebut jadi lebih tajam kala responden membagikan jawaban-jawaban atas sesuatu pertanyaan-pertanyaan dengan variabel-variabel yang dikehendaki. Supervisor tersebut setelah itu memutuskan buat melaksanakan riset dengan memakai ilustrasi bersumber pada rumus slovin, batasan toleransi kesalahan yang ditetapkan merupakan 10%. (Adiyanta, 2019)

Secara Matematis, Rumus Slovin yang kita pakai buat memastikan jumlah ilustrasi merupakan bagaikan berikut:

$$1. n = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2}$$

Penjelasan:

$n$  = Jumlah Sampel

$N$  = Jumlah Total Populasi

$e$  = Batasan Toleransi Error

Catatan: Rumus Slovin ini dilansir dari novel Wiratna Sujarweni( 2014: 16).

Dibawah ini merupakan metode penyelesaiannya.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2}$$

$$n = \frac{1000}{1 + 1000 \cdot (10\%)^2}$$

$$n = \frac{1000}{1 + 1000 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1000}{1 + 1000 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{1000}{1 + 10}$$

$$n = \frac{1000}{11}$$

$$n = 90,9 \Rightarrow \text{dibulatkan jadi } 91 \text{ orang.}$$

Pada waktu melaksanakan survey umumnya periset menanyakan tentang sebagian perihal, antara lain: dimensi sebagian variabel( acapkali dengan bermacam penanda), dalam sesuatu survey tunggal. Dalam survey, data dikumpulkan dari responden dengan memakai kuesioner. Biasanya riset survey dibatasi pada riset yang informasinya dikumpulkan dari ilustrasi atas populasi buat mewakili segala populasi. Perihal ini berbeda dengan sensus yang datanya dikumpulkan dari segala populasi. Pada biasanya yang ialah unit analisa dalam riset survey merupakan orang. Riset survey dengan demikian merupakan riset yang mengambil ilustrasi dari satu populasi serta memakai kuesioner bagaikan perlengkapan pengumpulan informasi yang pokok

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Riset yang berlangsung pada bulan September 2018 hingga Agustus 2019 ini menciptakan beberapa hasil, antara lain cerminan tentang profil responden bersumber pada jenis umur. Reponden riset berasal dari rentang umur dari 19- 25- tahun, dimana responden yang berumur 25 tahun berjumlah 20 orang( 74%), disusul setelah itu tiap- tiap responden berumur dibawah 19 tahun tiap- tiap sebanyak 7 orang( 26%),. Ditinjau dari hasil survey yang digunakan oleh para responden, ada fenomena menarik dari 27 responden ada 13 orang( 48%) masih belum mempunyai wirausaha, disusul 14 responden telah mempunyai usaha ataupun( 52%).

### *Minat Berwirausaha Mahasiswa Terhadap Kewirausahaan*

Bersumber pada hasil deskripsi informasi serta variabel kewirausahaan, bisa dikenal kalau kewirausahaan pada mahasiswa FSIIP Universitas Muhammadiyah Buton tercantum dalam jenis baik. Bersumber pada hasil survey membuktikan 14 orang( 52%) mahasiswa yang berwirausaha serta mahasiswa yang belum berwirausaha 23 oran( 48%). Perihal ini sepatutnya memegang peranan yang besar dalam diri mahasiswa., dengan terdapatnya atensi berwirausaha diharapkan mahasiswa bisa terjun dalam dunia wirausaha. Teknologi yang dapat berupa peralatan, teknik, dan pengetahuan diciptakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup sesuai perkembangan zaman. Pengaruh sains pada teknologi mencapai puncaknya pada zaman renaisans dan berkembang hingga kini dengan kehadiran media digital.(Wahyono et al., 2019)

Hasil riset menampilkan kalau ada akibat positif yang sangat signifikan atensi berwirausaha terhadap kewirausahaan pada mahasiswa. Terus menjadi besar kewirausahaan, hingga terus menjadi besar atensi berwirausaha pada mahasiswa. Kebalikannya terus menjadi rendah kewirausahaan, makasemakinrendah pula atensi berwirausaha pada mahasiswa. (Saefuloh, 2020) Bagi Zimmerer, Scarborough serta Wilson (2008: 20), salah satu aspek pendorong perkembangan kewirausahaan disuatu negeri terletak pada peranan sekolah ataupun pembelajaran lewat penyelenggaraan pembelajaran kewirausahaan. Kewirausahaan hendak mendesak seorang buat mempunyai pemahaman berwirausaha ini, seorang hendak mempunyai atensi berwirausaha. Pihak perguruan tinggi bertanggung jawab dalam mendidik dan berikan keahlian wirausaha kepada para lulusannya serta membagikan motivasi buat berani memilah berwirausaha bagaikan karir mereka. (Rahayu & Laela, 2018)

### ***Penggunaan Media Sosial Terhadap Kewirausahaan***

Hingga terus menjadi besar pemakaian media sosial untuk berwirausaha oleh mahasiswa terus menjadi target universitas dan fakultas dalam memperkenalkan kewirausahaan untuk mahasiswa, kebalikannya apabila pemakaian media sosial untuk berwirausaha terus menjadi rendah pula kewirausahaan untuk mahasiswa. Perihal ini diakibatkan, sosial media bisa memainkan kedudukan komunikasi. Sebab bagi Morrison (2007), ialah upaya menjadikan segala aktivitas pemasaran ataupun promosi bisa menciptakan citra ataupun image yang bertabiat satu ataupun tidak berubah-ubah untuk mahasiswa. Sedangkan bagi Setiadi dalam Nugroho J (2003), pada tingkatan dasar, komunikasi bisa menginformasikan serta membuat konsumen potensial menyadari atas keberadaan produk yang ditawarkan. Komunikasi bisa berupaya membujuk konsumen dikala ini serta konsumen potensial supaya berkeinginan masuk ke dalam ikatan pertukaran (exchange relationship).

### **SIMPULAN**

Bersumber pada hasil riset yang telah dicoba, hingga kesimpulan dari riset ini merupakan; Terdapat akibat tingkatan pemakaian sosial media terhadap atensi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Buton, dengan jumlah mahasiswa yang berwirausaha 14 orang serta belum berwirausaha ada 13 orang. Perlu adanya aktivitas yang berkelanjutan buat melindungi atensi berwirausaha para mahasiswa sehingga dapat melahirkan mahasiswa yang jadi wirausahawan. Pemakaian sosial media butuh lebih ditunjukkan serta dimotivasi sehingga lebih terencana digunakan buat berwirausaha. Perihal ini bisa dicoba dengan mengadakan pelatihan serta pilot project sehingga mahasiswa lebih memiliki skill serta contoh dalam pemakaian media sosial bagaikan fasilitas berwirausaha. Bagaikan riset selanjutnya, periset menganjurkan supaya butuh dicoba kajian mendalam menimpa faktor- aspek apa saja yang bisa pengaruhi kewirausahaan pada mahasiswa baik aspek internal serta aspek eksternal. (Abad et al., 2017)

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abad, U. M., Gusti, R., Dosen, M. P. I., Luar, P., & Bengkulu, U. (2017). Kewirausahaan Sosial Dalam Meningkatkan Kemampuan Entrepreneur Pada Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah Untuk Menghadapi Abad 21. *Universitas Negeri Yogyakarta, 1*, 130–146.
- Adiyanta, F. C. S. (2019). Hukum dan Studi Penelitian Empiris : Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law & Governance Journal.*, 2(4), 697–709.
- Rahayu, E. S., & Laela, S. (2018). Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap

- Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203.  
<https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Sadat, A. (2016). Sinergi Birokrasi, Swasta Dan Masyarakat Dalam Proses Formulasi Kebijakan Perencanaan Pada Bappeda Dan Penanaman Modal Kabupaten Buton. *Kybernan: Jurnal Studi Kepemerintahan*, 1(2), 18–37.  
<https://doi.org/10.35326/kybernan.v1i2.170>
- Sadat, A. (2018). *Pola Komunikasi Antar Pribadi Melalui Internet Inter-Personal Communication Pattern Through Internet in Teenages*. 1(1), 19–27.
- Saefuloh, D. (2020). Rekognisi Terhadap Peluang Bisnis Online Melalui Media Sosial dan Hubungannya dengan Minat Berwirausaha: Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(1), 12–23. <https://doi.org/10.31940/jbk.v16i1.1827>
- Safitri, T. A. (2010). Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Melalui Pembuatan Business Plan. *Dinamika Pendidikan*, 5(2), 180–196. <https://doi.org/10.15294/dp.v5i2.4926>
- Sosial, P., Jual, S., Online, B., Era, P., Bagi, P., Enterpreneur, P., Memasarkan, U., Ramadhan, E. G., Teknik, F., & Ilmu, D. A. N. (2017). *Scientific Paper*. 112.
- Statistik, B. P. (2019). *Statistik E-Commerce 2019*.
- Wahyono, E., Kolopaking, L. M., Sumarti M. C., T., & Vitayala S. Hubeis, A. (2019). Jaringan Digital dan Pengembangan Kewirausahaan Sosial Buruh Migran Perempuan. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 16(1), 57.  
<https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1837>
- Widiastuti, R., & Margaretha, M. (2011). Socio Entrepreneurship: Tinjauan Teori Dan Perannya Bagi Masyarakat. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 11(1), 114870. <https://doi.org/10.28932/jmm.v11i1.43>