

Pengaruh kehadiran like, peer, dan popularitas pemberi like terhadap konformitas pengguna facebook = The Effect of like peer status and liker's popularity on facebook users conformity

Maramis, Abigail Felicia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20466006&lokasi=lokal>

Abstrak

Fitur tombol "Like" di Facebook merupakan sebuah cara untuk menunjukkan respon positif atau kesukaan seseorang akan sebuah konten yang diunggah di linimasa, seperti status update. Salah satu motif yang memotivasi seseorang untuk memberikan like di SNS adalah adanya like yang sudah ada pada konten tersebut. Mengacu pada teori konformitas dari psikologi sosial, peneliti berhipotesis bahwa seseorang cenderung untuk mengikuti perilaku atau respon orang lain dalam SNS. Penelitian ini mencoba untuk melihat apakah kehadiran "Like", status pertemanan pengguna yang memberikan "Like", dan popularitas pemberi "Like"; dapat memengaruhi pengguna dalam memberikan "Like", pada sebuah status update yang mereka baca di Facebook. Sebuah penelitian natural field experiment dengan desain penelitian 2 ada vs. tidak adanya like x 2 pemberian like dari teman vs. bukan teman x 2 pemberian like dari individu yang populer vs. tidak populer dilakukan di Facebook dengan melibatkan anggota dari Komunitas Stand Up Comedy Indonesia sebagai partisipannya. Mixed factorial ANOVA sebagai uji statistik membuktikan bahwa kehadiran like sebelumnya, status pertemanan pemberi like, dan popularitas pemberi like sebagai main effect tidak memiliki pengaruh terhadap pemberian like pada sebuah konten di Facebook. Walaupun begitu, ditemukan interaksi dua arah antara ada atau tidak adanya like dengan status pertemanan. Hal ini menyimpulkan bahwa pengguna memiliki kemungkinan lebih besar untuk memberikan like pada konten yang telah diberikan like oleh seseorang yang mereka kenal. Sebagai tambahan, analisis pada penelitian ini juga menunjukkan interaksi tiga arah antara ada atau tidak adanya like, status pertemanan, dan popularitas pemberi like, yang mana memiliki arti bahwa pengguna cenderung untuk memberikan like pada konten yang diberikan like oleh orang yang mereka kenal dan dipersepsikan sebagai individu yang populer dalam kelompoknya.

.....Facebook "Like" button, is a way to show that someone favors a shared content, such as status or updates. A reason that might motivate someone to give Likes on SNS is the presence of previous likes on the content. Drawing from the theory conformity of social psychology, we hypothesized that people tend to conform to the behavior or response of other SNS users. The present study investigates the influence of existing "Like", the peer status of person who gave "like", and the liker's popularity on whether Facebook users would hit the "Like" button upon reading Facebook statuses. A 2 whether an existing like is present vs. not present x 2 whether existing like comes from peer vs. non peer x 2 whether existing like comes from popular individual vs. less popular individual natural field experiment was conducted on Facebook, involving the Indonesian Stand Up Comedy Community members Komunitas Stand Up Indonesia as the participants. Mixed factorial ANOVA revealed no main effect of the presence of existing "Likes", the peer status of the liker, and the popularity of the liker on whether Facebook users would give thumbs up on a status. A two way interaction between the presence of existing like and peer status was found. That is, users were more likely to like a status when they saw that it has received "Like" from another person that they were familiar with. Additionally, the analysis also showed a 3 way interaction among

existing "Like", peer status, and popularity, which suggests that users tend to like statuses that have gained "Like" from a person they knew and was perceived as popular in the community. Conformity, Social Networking Sites SNS, Social Media, Facebook, Like Button.