

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP TRANSFER
PENGETAHUAN DAN KINERJA: STUDI PADA KALANGAN GURU DI
KECAMATAN PERCUT SEI TUAN KABUPATEN DELI SERDANG**

SKRIPSI



Nama : Zufika Sari
NPM : 1305160006
Program Studi : Ekonomi Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
2017**

ABSTRAK

Zufika Sari, NPM. 1305160006. “Pengaruh Media Sosial dan Transfer Pengetahuan terhadap Kinerja: Studi Pada Kalangan Guru Di Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya Pengaruh Media Sosial dan Transfer Pengetahuan terhadap Kinerja: Studi Pada Kalangan Guru Di Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh guru-guru sekolah mulai dari tingkat SD, SMP, dan SMA/SMK di wilayah Kecamatan Percut Sei Tuan, Deli Serdang. Untuk itu, pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan salah satu dari teknik *non-probability sampling*, khususnya menggunakan *Snowball Sampling*. Karena jumlah populasi tidak diketahui, maka penulis menetapkan jumlah sampel minimal sebanyak 100 orang. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan daftar pernyataan (Kuisisioner). Namun setelah dilakukan penyempurnaan data, yang layak dijadikan sampel hanya 85 orang.

Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, Data-data yang penulis kumpulkan, selanjutnya dianalisis dengan salah satu teknik statistik yang menggunakan variabel bebas, terikat dan variabel intervening yakni analisis jalur (*path analysis*).

1. pengaruh pengguna media sosial terhadap transfer pengetahuan adalah positif dan signifikan.
2. Pengaruh pengguna media sosial terhadap kinerja Guru adalah positif dan signifikan.
3. Pengaruh transfer pengetahuan terhadap kinerja Guru adalah positif dan signifikan.
4. Pengaruh media sosial terhadap kinerja Guru tidak dimediasi oleh transfer pengetahuan.

Kata Kunci : Media Sosial, Transfer Pengetahuan dan Kinerja.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr.Wb

Alhamdulillahirrobbil'alamin, puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan dan karunia-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan proposal ini, shalawat beriring salam juga saya persembahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kabar tentang pentingnya ilmu bagi kehidupan di dunia dan di akhirat kelak.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pendidikan Strata Satu guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan. Sebagai bentuk aplikasi teori yang selama ini didapatkan melalui proses perkuliahan yang dilaksanakan.

Dalam proses penyusunan Skripsi ini, saya banyak menerima bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, sudah selayaknya segala kerendahan hati mengucapkan ribuan terima kasih yang tulus kepada pihak – pihak yang telah banyak membantu.

1. Kepada yang teristimewa Ayahanda Zulya Daini dan Ibunda Hafizah Nasution yang paling saya sayangi, yang senantiasa membimbing, memberikan semangat dan memberikan dukungan baik moril maupun materil kepada saya selama menyelesaikan proposal.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan seluruh pihak rektorat.

3. Bapak Zulaspan Tupti, SE,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan seluruh pihak dekanat.
4. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung SE,M.Si. Selaku ketua Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Jufrizen SE,M.Si. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Azuar Juliandi, SE., S.Sos., M.Si. selaku pembimbing yang telah memberikan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam membantu proses penyelesaian Skripsi.
7. Terima kasih juga saya ucapkan kepada Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Terima kasih buat seluruh Guru SMK PAB II Medan Saintis yang telah membantu saya dalam menyelesaikan proses penelitian ini.
9. Terima kasih kepada teman-teman Manajemen A siang, khususnya Dwi Ulva Arifin, SE yang telah mendukung dalam penulisan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis sangat menerima dengan sepenuhnya segala saran dan kritik yang bermanfaat untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis mengharapkan proposal ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Wassalamu'alaikum. Wr.Wb.

Medan, Maret 2017
Penulis

Zufika Sari

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| | |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 3 |
| C. Batasan dan Rumusan Masalah | 3 |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 4 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | 6 |
| A. Uraian Teoritis | 6 |
| 1. Teori Kinerja | 6 |
| a. Pengertian Kinerja | 6 |
| b. Peran Penting Kinerja | 7 |
| c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja | 8 |
| d. Indikator Kinerja | 9 |
| 2. Teori Penggunaan Media Sosial | 9 |
| a. Pengertian Media Sosial | 9 |
| b. Peran Penting Media Sosial | 10 |
| c. Indikator Media Sosial | 11 |
| 3. Teori Transfer Pengetahuan | 12 |
| a. Pengertian Transfer Pengetahuan | 12 |
| b. Peran Penting Transfer Pengetahuan | 13 |
| c. Indikator Transfer Pengetahuan | 14 |
| B. Kerangka Konseptual | 15 |
| 1. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Transfer Pengetahuan | 15 |
| 2. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja | 16 |
| 3. Pengaruh Transfer Pengetahuan terhadap Kinerja | 17 |
| 4. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja yang Dimediasi Transfer Pengetahuan | 18 |
| C. Hipotesis | 19 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 20 |
| A. Pendekatan Penelitian | 20 |
| B. Definisi Operasional | 20 |
| C. Tempat dan Waktu Penelitian | 21 |
| D. Populasi dan Sampel | 21 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 23 |
| F. Teknik Analisis Data | 24 |

| | |
|---|----|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 26 |
| A. Deskripsi Hasil Pengumpulan Data | 26 |
| 1. Karakteristik Responden | 26 |
| 2. Karakteristik Jawaban Kuisisioner | 28 |
| B. Analisis dan Penelitian | 35 |
| 1. Pendugaan Parameter Analisis Jalur | 35 |
| 2. Pengujian Hipotesis..... | 38 |
| C. Diskusi Temuan Penelitian | 41 |
| | |
| BAB V Kesimpulan Dan Saran..... | 46 |
| A. Kesimpulan..... | 46 |
| B. Saran..... | 46 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 48 |
| | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|---|----|
| Tabel III.1 | Jadwal Kegiatan Penelitian..... | 21 |
| Tabel III.2 | Rencana Pengambilan Instrumen Angket | 23 |
| Tabel IV.1 | Tingkat Responden Penyabaran Kuisisioner..... | 26 |
| Tabel IV.2 | karateristik jenis klamin | 27 |
| Tabel IV.3 | karateristik usia responden | 27 |
| Tabel IV.4 | karateristik tingkat pendidikan responden..... | 28 |
| Tabel IV.5 | Distribusi Jawaban Kuisisioner Pengguna Media Sosial..... | 29 |
| Tabel IV.6 | Distribusi Jawaban Kuisisioner Transfer Pengetahuan | 30 |
| Tabel IV.7 | Distribusi Jawaban Kuisisioner Kinerja..... | 31 |
| Tabel IV.8 | uji validitas variabel media sosial | 32 |
| Tabel IV.9 | uji validitas variabel transfer pengetahuan | 33 |
| Tabel IV.10 | uji validitas variabel kinerja Guru..... | 34 |
| Tabel IV.11 | uji reliabilitas instrumen penelitian..... | 34 |
| Tabel IV.12 | Coeffesient Dari Persamaan Regresi I | 36 |
| Tabel IV.13 | Model Summary Dari Persamaan Regresi I | 36 |
| Table IV.14 | Coeffesient Dari Persamaan Regresi II | 37 |
| Table IV.15 | Model Summary Dari Persamaan Regresi II..... | 37 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|--------------|--|----|
| Gambar II.1 | Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Transfer Pengetahuan | 16 |
| Gambar II.2 | Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Guru | 16 |
| Gambar II.3 | Pengaruh Transfer Pengetahuan Terhadap Kinerja Guru ... | 18 |
| Gambar II.4 | Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Guru Yang Dimediasi Transfer Pengetahuan | 18 |
| Gambar III.1 | Ilustrasi Pengambilan Sampel | 22 |
| Gambar III.2 | Model Park Analisi | 25 |
| Gambar IV.1 | Analisi Jalur (Model) | 35 |
| Gambar IV.2 | Analisi Jalur (hasil) | 38 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kinerja digunakan perusahaan untuk menilai kinerja karyawannya untuk mengevaluasi hasil pekerjaan karyawan. Apabila penilaian kinerja dilakukan dengan benar, para karyawan, para penyelia, departemen sumber daya manusia, dan akhirnya perusahaan akan diuntungkan dengan adanya kepastian bahwa upaya-upaya individu memberikan kontribusi kepada fokus strategi perusahaan.

Kinerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas – tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu (Hasibuan, 2006, hal.94). Definisi di atas menjelaskan bahwa kinerja merupakan hasil kerja yang dicapai pegawai perusahaan. Ini berlaku juga untuk kinerja para pekerja dalam segala bidang yang bukan perusahaan, seperti orang yang bekerja di dunia pendidikan yakni guru.

Guru di Kecamatan Percut Sei Tuan yang menjadi objek penelitian penulis, senantiasa mengharapkan kinerja yang maksimal, seluruh guru diharapkan dapat menghasilkan sumber daya manusia yang menguasai ilmu pengetahuan sehingga proses transfer pengetahuan dari guru ke murid akan berjalan baik.

Namun demikian, dari hasil wawancara mengenai kinerja para guru sekolah, ada beberapa indikasi yang menunjukkan permasalahan kinerja, antara

lain : (1) Masih adanya para guru yang tidak tepat waktu dalam masuk jam kelas; (2) Masih adanya para guru yang suka menerima telpon pada saat kegiatan belajar mengajar; (3) Indikasi lain yang terlihat dari perilaku guru yang tidak bersungguh-sungguh dalam menyampaikan materi kepada murid.

Permasalahan-permasalahan seperti ini mempengaruhi buruknya kinerja guru jika diteruskan berlanjut. Proses pendidikan akan menjadi terhambat dan akan mempengaruhi kualitas lulusan.

Permasalahan kinerja yang diuraikan di atas secara teoritis dipengaruhi oleh faktor-faktor internal yaitu : (1) kemampuan (*ability*); (2) usaha (*efforts*); (3) dukungan (*support*) (Mathis, Jackson, & Valentine, 2016, hal. 59). Selain itu ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja yaitu : (1) sumber daya (2) kepemimpinan (3N) penghargaan (4) struktur (5) *job design* (Mangkunegara, 2005, hal 14).

Jika dikaitkan dengan jaman teknologi informasi saat ini, kinerja juga ditentukan atau dipengaruhi oleh penggunaan media sosial (Ashraf, 2014, hal. 139; Junco, 2012, hal. 187; Thainor, 2012, hal. 317). Selain itu, kinerja juga dipengaruhi oleh transfer pengetahuan (Argote, 2000, hal. 150; Rouiller & Goldstein, 1993, hal. 377; Reio-Jr & Callahan, 2004, hal. 3).

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja seperti penjelasan di atas, penulis membatasi dua faktor kinerja yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini yakni: (1) media sosial dan (2) transfer pengetahuan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis bermaksud melakukan penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap

transfer pengetahuan dan kinerja guru. Dalam penelitian ini penulis mengambil kasus pada kalangan guru di Kecamatan Percut Sei Tuan.

B. Identifikasi Masalah

Masalah adalah ketidaksesuaian yang signifikan yang terjadi antara pengharapan dan kondisi yang terjadi pada kenyataan.

Adapun yang menjadi identifikasi masalah pada penelitian ini adalah : (1) Masih adanya para guru yang tidak tepat waktu dalam masuk jam kelas; (2) Masih adanya para guru yang suka menerima telpon pada saat kegiatan belajar mengajar; (3) Perilaku guru yang tidak bersungguh-sungguh dalam menyampaikan materi kepada murid.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

Permasalahan kinerja yang di uraikan di dalam latar belakang, secara teoritis dipengaruhi oleh faktor-faktor yaitu: kemampuan; usaha; sumber daya; kepemimpinan; penghargaan; struktur; *job design*; penggunaan media sosial; dan transfer pengetahuan.

Banyaknya faktor yang mempengaruhi kinerja seperti terlihat di atas. Namun demikian, penulis hanya membatasi hanya dua faktor kinerja saja yakni media sosial dan transfer pengetahuan. Media sosial dan transfer pengetahuan berperan dalam mempengaruhi kinerja pegawai. Sementara itu transfer pengetahuan dapat memediasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja guru.

Berdasarkan ruang lingkup masalah yang telah dibatasi di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah penggunaan media sosial berpengaruh terhadap transfer pengetahuan para guru di Kecamatan Percut Sei Tuan?;(2) Apakah penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kinerja para guru di Kecamatan Percut Sei Tuan?; (3) Apakah transfer pengetahuan berpengaruh terhadap kinerja para Guru di Kecamatan Percut Sei Tuan?; (4) Apakah transfer pengetahuan memediasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja para guru di Kecamatan Percut Sei Tuan?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap transfer pengetahuan para guru di Kecamatan Percut Sei Tuan; (2) Menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja para guru di Kecamatan Percut Sei Tuan; (3) Menganalisis pengaruh transfer pengetahuan terhadap kinerja para guru di Kecamatan Percut Sei Tuan. (4) Menganalisis peran transfer pengetahuan dalam memediasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja para guru di Kecamatan Percut Sei Tuan.

Jika tujuan penelitian di atas tercapai, maka akan memberikan berbagai manfaat sebagai berikut: (1) *Manfaat teoritis*. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi ilmiah untuk mempelajari masalah sumber daya manusia, khususnya pengetahuan tentang aspek kinerja guru dan aspek-aspek yang mempengaruhi media sosial dan transfer pengetahuan. (2) *Manfaat praktis*. Hasil penelitian ini boleh menjadi acuan bagi pihak pimpinan organisasi, seperti pimpinan di dunia

pendidikan yakni kepala sekolah dalam mengatasi kinerja guru terutama jika dikaitkan dengan penggunaan media sosial dan transfer pengetahuan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis

1. Teori Kinerja

a. Pengertian Kinerja

Kinerja merupakan seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk pada tindakan pencapaian serta pelaksanaan suatu pekerjaan yang diminta. Pencapaian tujuan yang telah ditetapkan merupakan salah satu tolak ukur kinerja individu.

Kinerja merupakan perbandingan hasil yang dicapai dengan peran serta tenaga kerja persatuan waktu (Mangkunegara, 2013). Kinerja juga berarti suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas – tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu (Hasibuan, 2006, hal. 94). Selain itu kinerja juga didefinisikan sebagai suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber – sumber daya yang dimiliki (Rivai & Basri, 2014, hal. hal. 447).

Definisi di atas menjelaskan bahwa kinerja merupakan hasil kerja yang dicapai karyawan dalam perusahaan, dimana dapat diukur dengan target yang telah direncanakan dengan hasil yang akurat, disamping itu dapat memperoleh hasil yang maksimal, sehingga pekerjaan yang dilaksanakan merupakan tanggung jawab yang wajib dilaksanakan. Oleh karena itu, kinerja karyawan merupakan hasil kerja (output), baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai karyawan

persatuan periode waktu, ketika melaksanakan tugas kerja sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan.

b. Peran Penting Kinerja

Kinerja memiliki peranan yang penting dalam perusahaan seperti yang dikemukakan dalam beberapa pendapat berikut ini.

Peran penting dari kinerja secara legal, tidak melanggar hukum sesuai dengan moral maupun etika (Sedarmayanti, 2007, hal. 260). Dalam pendapat lain, kinerja karyawan perlu dinilai adalah untuk: (1) Untuk mengetahui tingkat prestasi karyawan; (2) Pemberian imbalan yang sesuai; (3) Mendorong pertanggungjawaban dari karyawan; (4) Untuk pembeda dari karyawan yang satu dengan yang lain; (5) Pengembangan sumber daya manusia dalam bentuk penugasan kembali, promosi jabatan dan pelatihan; (6) Meningkatkan motivasi kerja; (7) Meningkatkan etos kerja; (8) Memperkuat hubungan antara karyawan dengan supervisor melalui diskusi tentang kemajuan kerja mereka; (9) Sebagai alat untuk memperoleh umpan balik dari karyawan untuk memperbaiki desain pekerjaan, lingkungan pekerjaan, dan rencana karier selanjutnya; (10) Sebagai salah satu sumber informasi untuk perencanaan sumber daya manusia; (11) Sebagai alat ukur untuk menjaga tingkat kinerja; (12) Sebagai alat untuk membantu dan mendorong karyawan untuk mengambil inisiatif dalam rangka memperbaiki kinerja; (13) Untuk mengetahui efektifitas kebijakan sumber daya manusia; (14) Mengembangkan dan menetapkan kompensasi pekerjaan; dan Pemutusan hubungan kerja, pemberian sanksi atau hadiah (Rivai & Basri, 2014, hal. 408).

Dapat ditarik kesimpulan dari teori – teori di atas bahwa fungsi atau tujuan kinerja begitu beragam. Semua tujuan yang ada merupakan tujuan-tujuan yang positif untuk memajukan organisasi baik perusahaan maupun bukan perusahaan.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Faktor-faktor kinerja adalah segala sesuatu yang mempengaruhi terbentuknya kinerja di dalam diri para pekerja atau pegawai.

Faktor yang mempengaruhi kinerja adalah faktor kemampuan (*ability*) dan faktor motivasi (*motivation*) (Mangkunegara, 2013, hal. 67). Faktor-faktor kinerja lainnya yang mempengaruhi kinerja dalam jangka panjang dan jangka pendek adalah: (1) Faktor lingkungan (desain kerja, struktur sumber-sumber, keluarga, ekonomi, serta kesenangan dan hobi); (2) Faktor individual (kemampuan dan skill, latar belakang keluarga, kepribadian, persepsi, sikap, nilai, hubungan pertalian, kapasitas pembelajaran, usia, suku, jenis kelamin, dan pengalaman); (3) Faktor perilaku (pemecahan masalah, proses berfikir, komunikasi, observasi, dan pergerakan) (Gibson, Ivancevich, Konopaske, & Donnelly Jr, 2009, p. hal. 88).

Kinerja juga dipengaruhi oleh faktor media sosial khususnya jejaring sosial seperti informasi *Facebook*, *Twitter*, *Slideshare*, dan *LinkedIn* (Ashraf, 2014, hal. 139; Junco, 2012, hal. 187; Trainor, 2012, hal. 317). Selain itu, kinerja juga dipengaruhi oleh transfer pengetahuan (Argote, 2000, hal. 150; Rouiller & Goldstein, 1993; hal. 377; Reio-Jr & Callahan, 2004, hal. 3).

Dari penjelasan faktor-faktor kinerja yang telah dikemukakan di atas, dua diantaranya menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini yakni media sosial dan transfer pengetahuan.

d. Indikator Kinerja

Indikator kinerja merupakan sesuatu yang akan dihitung dan diukur. Dalam menetapkan indikator kinerja, harus dapat diidentifikasi suatu bentuk pengukuran yang akan menilai hasil dan *outcome* yang diperoleh dari aktivitas yang dilaksanakan. Indikator kinerja ini digunakan untuk meyakinkan bahwa kinerja hari demi hari karyawan membuat kemajuan menuju tujuan dan sasaran dalam rencana strategis.

Kinerja karyawan dapat diukur dalam beberapa indikator, yaitu: (1) kualitas kerja; (2) kuantitas kerja; (3) keandalan kerja; (4) sikap kerja (Mangkunegara, 2013, hal. hal. 75).

Indikator kinerja juga dapat dilihat dari empat dimensi kinerja kerja individu, antara lain: (1) kinerja tugas; (2) kinerja kontekstual; (3) kinerja adaptif; dan (4) perilaku kerja kontraproduktif (Koopmans, Bernaards, Hildebrandt, Vet, & Beek, 2014, p. hal. 48). Indikator yang lainnya adalah: (1) pengetahuan baru; (2) peningkatan kecakapan/keterampilan; (3) perubahan nilai/sikap; (4) perubahan perilaku; (5) perbaikan kondisi, dan (6) perubahan (Hatry, 2006, hal. 26).

Dari sekian banyak indikator di atas, yang akan penulis gunakan di dalam penelitian ini adalah pendapat terakhir, yakni pendapatan dari tulisan Hatry.

2. Teori Penggunaan Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan teknologi internet yang cukup berkembang dalam era belakangan ini.

Media sosial adalah *online* yang memungkinkan bagi pengguna untuk berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi (Herlanti, 2014, p. hal. 32). Media sosial diketahui sebagai area dimana para pengguna berbagi informasi, ide dan kepentingan pribadi termasuk pula alat *online*, dan *website*. Istilah sosial media juga bermakna konsep yang mengkombinasikan teknologi dan *entrepreneurship* sosial dengan file gambar, video dan audio (Takran & Ylmaz, 2015, hal. 201). Dalam pendapat yang lain, sosial media ialah seperti sebuah koneksi baru diantara orang-orang di seluruh dunia dengan menggunakan akun dan koneksi internet seperti *Facebook* dan *Youtube* (Martens-Edwards, 2014, hal. 194).

Dari beberapa pengertian di atas, media sosial sebenarnya bermakna media yang digunakan dalam suatu hubungan sosial yang menggunakan teknologi informasi internet untuk saling berbagi kemanfaatan antara satu orang dengan orang lain dalam hubungan sosial.

b. Peran Penting Media Sosial

Banyak orang yang menggunakan teknologi media sosial dalam beberapa kali sehari dan menghabiskan satu hingga dua jam setiap sesi atau sampai dengan 20 jam per minggu untuk berkomunikasi atau berinteraksi sosial dan tujuan saling berinteraksi, disamping juga untuk berbagi informasi, hiburan, faktor kenyamanan, dan pembentukan identitas (Mustafa & Hamzah, 2011, hal.93).

Di dalam bisnis, media sosial dipandang sebagai *tools* yang mengutamakan dan memberikan banyak peluang seperti: *life sharing* (berbagi aktivitas hidup), *knowledge sharing* (berbagi pengetahuan), membentuk sosial

networking (jaringan sosial), dan *business network* (jaringan bisnis) (Juju & Sulianta, 2010, hal. 8)

Di dalam dunia pendidikan, sifat media sosial memberikan beberapa keuntungan antara lain menambah kuantitas komunikasi antara pengajar dan pembelajar, membuka peluang berdiskusi dan berkolaborasi dalam penyelesaian tugas, dan meningkatkan partisipasi serta keterlibatan pembelajar (Herlanti, 2014, hal. 32).

Dari pandangan-pandangan di atas terlihat bahwa media sosial sangat berguna untuk menciptakan hubungan sosial, baik di dalam dunia bisnis termasuk pula dalam dunia pendidikan.

c. Indikator Media Sosial

Indikator untuk mengukur bagaimana penggunaan media sosial adalah sebagai berikut: kemudahan penggunaan, kemanfaatan, keterkaitan, hubungan pribadi dan sosial, serta penggunaan yang sebenarnya (Destiana, Salman, & Rahim, 2013, hal. 131).

Dalam dunia pemasaran, indikator keberhasilan penggunaan media sosial adalah sebagai berikut: (1) Peningkatan jumlah penggemar untuk merek/produk; (2) Volume interaksi tentang merek/produk; (3) *Skor net promoter*; (4) peningkatan jumlah interaksi positif tentang merek/produk; (5) Jumlah berapa kali sebuah merek secara aktif berinteraksi dengan konsumen; (6) Jumlah keluhan yang diselesaikan tentang merek/produk; (7) Jumlah *reposts/saling* berbagi; (8) Jumlah konsumen yang memiliki akses ke penawaran *eksklusif* sebuah merek; (9) Jumlah reaksi positif spontan tentang merek/produk (Helmink, 2013, p. hal. 34).

Dalam dunia pekerjaan secara umum, indikator media sosial dapat dilihat dari aspek-aspek berikut ini: (1) Mendapatkan informasi yang berhubungan dengan pekerjaan dan pengetahuan; (2) Mempertahankan dan memperkuat komunikasi dengan rekan kerja dalam pekerjaan; (3) Keseringan menggunakan media sosial di tempat kerja; (4) Berbagai visi (*shared vision*), ikatan jaringan (*network ties*), dan kepercayaan (*trust*)(Cao, Guo, Vogel, & Zhang, 2016, hal. 544).

Beberapa indikator di atas menunjukkan ukuran-ukuran pengguna media sosial, baik dalam bidang bisnis pemasaran maupun dalam bidang pekerjaan secara umum.

3. Teori Transfer Pengetahuan

a. Pengertian Transfer Pengetahuan

Istilah transfer pengetahuan merupakan istilah yang bermakna proses untuk memindahkan pengetahuan dari suatu sumber pengetahuan kepada orang lain seperti orang-orang yang bekerja di organisasi.

Transfer pengetahuan bermakna keahlian, pengetahuan, *skill*, dan kemampuan yang di transfer dari dasar pengetahuan (sebagai contoh, universitas, perguruan tinggi, pusat penelitian atau organisasi teknologi penelitian) untuk mereka yang membutuhkan pengetahuan (sebagai contoh perusahaan, usaha sosial, atau organisasi non-profit) (Howlett, Gabrys, Gabrys, & Roach, 2013, hal.2).

Berkaitan dengan teknologi, transfer pengetahuan dapat berupa instruksi formal melalui pelatihan, *on the job training*, kerjasama dengan pekerjaan lokal,

menyampaikan dokumen atau *software* komputer, dan penyampaian *hardware* (Svensson, 2000, hal. 64).

Dari pendapat-pendapat di atas, transfer pengetahuan umumnya adalah berupa suatu nilai tambah yang di alihkan seseorang, khususnya nilai tambah dalam bekerja seperti kemampuan, keterampilan dan lain-lainnya.

b. Peran Penting Transfer Pengetahuan

Transfer pengetahuan diperlukan bukan hanya pada saat seseorang menuntut ilmu di bangku pendidikan, tetapi juga pada saat bekerja. Secara umum transfer pengetahuan berguna untuk menambah sesuatu di dalam diri seseorang pekerja.

Dalam pekerjaan, tujuan transfer pengetahuan adalah untuk mempercepat dan memfasilitasi proses inovasi (Howlett, Gabrys, Gabrys, & Roach, 2013, hal.2). Artinya pengetahuan diperlukan untuk melakukan perubahan-perubahan sehingga tercipta hasil yang baik dalam bekerja.

Transfer pengetahuan berkaitan dengan pembelajaran, karena pembelajaran juga merupakan bagaimana seseorang memindahkan pengetahuan dari seseorang kepada orang lain terutama dalam dunia pekerjaan.

Oleh karena itu, pembelajaran cukup penting dalam organisasi, antara lain: (1) pembelajaran melibatkan perubahan. Dari sudut pandang organisasi, perubahan dapat berarti baik dan buruk. Individu dapat mempelajari perilaku yang tidak menguntungkan-berprasangka atau melalaikan tanggung jawab dan juga perilaku yang menguntungkan; (2) perubahan tersebut haruslah mendarah daging. Perubahan sementara mungkin hanya bersifat refleksi atau hasil dari kepenatan

(atau ledakan energy yang tiba-tiba) dan dengan demikian tidak dapat mewakili pembelajaran; (3) beberapa bentuk pengalaman diperlukan untuk pembelajaran. Pengalaman bisa didapat secara langsung melalui pengamatan atau latihan. Atau bisa didapat secara tidak langsung, seperti melalui membaca. Tes yang paling penting masih tetap: apakah pengalaman menghasilkan sebuah perubahan yang relative permanen dalam perilaku? Jika jawabannya ya. Maka kita dapat mengatakan bahwa pembelajaran telah terjadi (Robbins, 2008, hal. 69-70).

Oleh karena transfer pengetahuan adalah hal yang penting, maka dalam suatu organisasi pekerjaan proses ini harus selalu dilakukan agar anggota organisasi dapat meningkatkan kemampuannya dari waktu ke waktu.

c. Indikator Transfer Pengetahuan

Indikator transfer pengetahuan adalah kriteria-kriteria yang digunakan oleh para penulis untuk mengukur bagaimana suatu transfer pengetahuan dilakukan dengan efektif atau berhasil. Keberhasilan transfer pengetahuan ke dalam diri para pegawai atau pekerja akan berdampak kepada terbentuk suatu nilai tambah di dalam diri mereka seperti pengetahuan maupun keterampilan dalam bekerja.

Indikator transfer pengetahuan yang digunakan oleh *Schlumberger Business Consulting* adalah sebagai berikut: (1) kesadaran; (2) pengetahuan; (3) *skill*; (4) kemajuan; dan (5) keahlian (Leonard, Swap, & Barton, 2014, hal. 152).

Indikator transfer pengetahuan yang lainnya dapat diukur dari beberapa hal berikut ini: (1) apakah bentuk pengetahuan yang ditransfer (*what*); (2) bagaimana pengetahuan ditransfer (*how*); dan (3) kapan transfer pengetahuan dianggap sukses (*when*) (Smale, 2008, hal. 148).

Berbagai pendapat di atas menunjukkan ukuran-ukuran yang dipakai dalam melihat keberhasilan suatu proses transfer pengetahuan dari sumber pengetahuan kepada penerima pengetahuan.

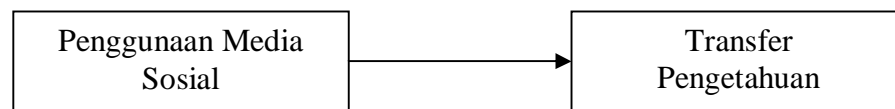
B. Kerangka Konseptual

1. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Transfer Pengetahuan

Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri.

Untuk membangun suatu sistem manajemen pengetahuan penggunaan dalam organisasi diperlukan enam tahap alur pengetahuan yaitu menciptakan pengetahuan, menangkap pengetahuan, menjaring pengetahuan, menyimpan pengetahuan, mengolah pengetahuan, dan menyebarluaskan pengetahuan (Setiarso, 2017, hal. 4). Rangkaian kegiatan tersebut dilakukan dengan didukung oleh penggunaan teknologi. Dari keenam tahap alur pengetahuan di atas, media sosial (contohnya *Facebook*) memiliki potensi merangkul kegiatan itu semua sehingga sangat potensial apabila jejaring sosial dijadikan sebagai media *knowledge sharing* (Sholihuddin, 2011, tanpa halaman).

Dalam sebuah hasil penelitian ditunjukkan bahwa transfer pengetahuan dibuat lebih mudah dengan media sosial (seperti situs jejaring sosial), sehingga para pencari pengetahuan dapat mengumpulkan informasi tentang pengetahuan dan sumbernya hanya dengan mengamati tindakannya melalui teknologi (Leonardi & Meyer, 2015, hal. 10).



Gambar 2.1 Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Transfer Pengetahuan

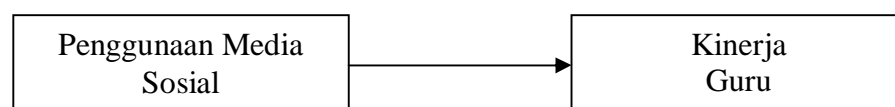
Dari pandangan-pandangan di atas terlihat bahwa penggunaan media sosial mempengaruhi transfer pengetahuan (lihat Gambar 2.1).

2. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja

Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri.

Kadang-kadang kinerja diberi istilah sama dengan prestasi. Dalam kaitannya dengan media sosial, media sosial mempengaruhi seperti *Facebook* mempengaruhi prestasi akademik. *Facebook* digunakan untuk mengumpulkan dan berbagi informasi (Junco, 2012, hal. 187).

Di dalam perusahaan bisnis, teknologi media sosial dapat mengakibatkan kinerja perusahaan menjadi lebih besar (Trainor, 2012, hal. 317). Satu kajian yang cukup jelas menunjukkan bahwa ada hubungan positif media sosial yakni penggunaan *social networking* dengan kinerja karyawan, yakni skill, pengetahuan, produktivitas, dan motivasi (Ashraf, 2014, hal. 147).



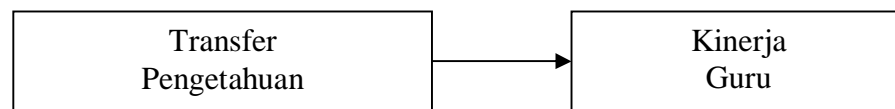
Gambar 2.2 Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Guru

Dengan demikian, penggunaan media sosial dapat mempengaruhi kinerja. Dalam penelitian ini, kinerja yang dimaksud adalah kinerja guru (lihat Gambar 2.2).

3. Pengaruh Transfer Pengetahuan terhadap Kinerja

Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang di bandingkan dengan standard yang telah ditentukan. Kinerja memainkan peranan penting bagi peningkatan kemajuan atau perubahan ke arah yang lebih baik untuk pencapaian tujuan perusahaan.

Transfer pengetahuan adalah dasar untuk keunggulan kompetitif di perusahaan. Pengetahuan yang dibangun di dalam interaksi antar orang, peralatan, dan tugas memberikan dasar untuk keunggulan kompetitif di perusahaan (Argote, 2000, hal. 150). Sebuah penelitian menunjukkan bagaimana transfer pengetahuan melalui pelatihan begitu penting di dalam lingkungan kerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim transfer organisasi merupakan alat yang harus diselidiki sebagai fasilitator potensial untuk meningkatkan perpindahan positif dari suatu pelatihan ke dalam lingkungan kerja (Rouiller & Goldstein, 1993, hal. 377). Penelitian lainnya menguji pengaruh mempengaruhi, rasa ingin tahu, dan sosialisasi terkait pembelajaran terhadap kinerja kerja. Transfer pengetahuan ditunjukkan dalam variable sosialisasi terkait pembelajaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi terkait pembelajaran memang mempengaruhi kinerja kerja (Reio-Jr & Callahan, 2004, hal. 3).

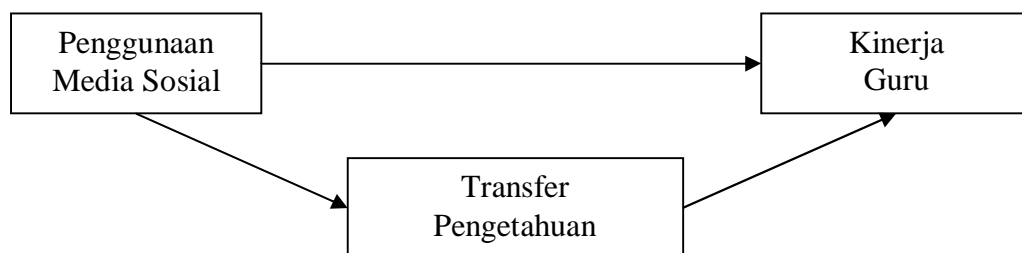


Gambar 2.3 Pengaruh Transfer Pengetahuan terhadap Kinerja Guru

Pandangan dan penelitian yang telah dikemukakan di atas menjadi dasar untuk menyimpulkan bahwa transfer pengetahuan mempengaruhi kinerja. Seperti sebelumnya, kinerja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kinerja guru lihat Gambar 2.3).

4. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja yang Dimediasi Transfer Pengetahuan

Dari pandangan teoritis dan penelitian empiris yang telah dikemukakan sebelum ini, terlihat bahwa: (1) Media sosial mempunyai pengaruh terhadap transfer pengetahuan; (2) Media sosial juga mempunyai pengaruh terhadap kinerja; dan (3) Termasuk transfer pengetahuan yang ikut juga mempengaruhi kinerja.



Gambar 2.4 Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Guru yang Dimediasi Transfer Pengetahuan

Pengaruh-pengaruh tersebut ditunjukkan dalam Gambar 2.4. Kesimpulan akhirnya, transfer pengetahuan memediasi atau mengantarai pengaruh media sosial terhadap kinerja. Kinerja yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah kinerja guru.

C. Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Ada pengaruh media sosial terhadap transfer pengetahuan pada kalangan guru; (2) Ada pengaruh media sosial terhadap kinerja pada kalangan guru; (3) Ada pengaruh transfer pengetahuan terhadap kinerja pada kalangan guru; (4) Ada pengaruh media sosial terhadap kinerja yang dimediasi transfer pengetahuan pada kalangan guru.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan atau jenis penelitian cukup banyak dan beragam. Namun dalam penelitian ini, penulis membatasinya hanya dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sample tertentu, dan analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012, hal. 12).

B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur atau untuk mengetahui baik buruknya suatu variabel penelitian dengan indikator-indikator tertentu. Di bawah ini akan dipaparkan indikator-indikator setiap variabel penelitian ini.

Pertama, penggunaan media sosial. Indikatornya adalah: keseringan menggunakan media sosial; mendapatkan informasi pekerjaan; membangun kepercayaan; berbagi visi; dan mempererat jaringan (Cao, Guo, Vogel, & Zhang, 2016, hal. 544).

Kedua, Transfer pengetahuan, dengan indikator: (1) Bentuk pengetahuan yang ditransfer; (2) Mekanisme transfer pengetahuan; dan (3) Keberhasilan transfer pengetahuan (Smale, 2008, hal. 148).

Ketiga, kinerja guru. Diukur dengan indikator: (1) pengetahuan baru; (2) peningkatan kecakapan/keterampilan; (3) perubahan nilai/sikap; (4) perubahan perilaku; (5) perbaikan kondisi; dan (6) perubahan (Hatry, 2006, hal. 26).

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan pada sekolah-sekolah mulai dari tingkat SD sampai tingkat SLTA di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.

Waktu Penelitian direncanakan mulai bulan November 2016 sampai dengan Mei 2017.

Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian

| Kegiatan | Waktu yang Direncanakan |
|--------------------------------------|-------------------------|
| Studi pendahuluan | 11/2016 |
| Penyusunan dan pembimbingan proposal | 11/2016 s.d 01/2017 |
| Seminar proposal | 02/2017 |
| Pengumpulan dan pengolahan data | 02/2017 |
| Penyusunan dan pembimbingan skripsi | 02/2017 s.d 03/2017 |
| Sidang meja hijau | 04/2017 |
| Penyempurnaan skripsi | 05/2017 |

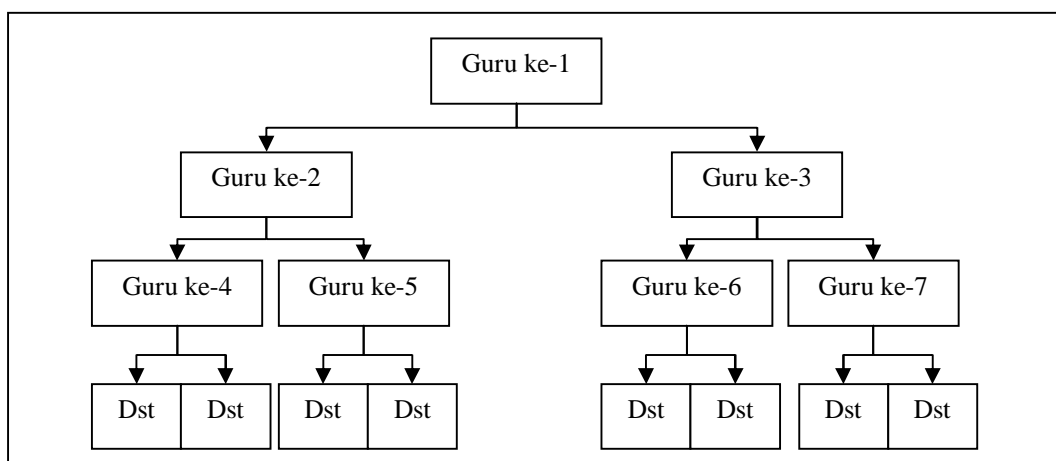
D. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah guru-guru sekolah mulai dari tingkat SD, SMP, dan SMA/SMK di wilayah Kecamatan Percut Sei Tuan, Deli Serdang. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui karena tidak ada data para guru di yang menggunakan media sosial di daerah tersebut.

Untuk itu, pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan salah satu dari teknik *non-probability sampling*, khususnya menggunakan *Snowball Sampling*.

Snowball sampling adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini diminta untuk memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding semakin lama semakin besar (Sugiyono, 2001, p. hal. 61).

Prosedur pengambilan sampel dengan *snowball sampling* adalah dengan cara-cara sebagai berikut: Penulis akan mencari minimal 1 orang guru yang memang menggunakan media sosial pada setiap sekolah sebagai sampel awal. Dari guru tersebut penulis meminta informasi temannya yang lain yang juga menggunakan media sosial. Demikian seterusnya penulis lakukan pengambilan sampel dengan cara berantai seperti tersebut (lihat Gambar 3.1).



Gambar 3.1 Ilustrasi Pengambilan Sampel

Karena jumlah populasi tidak diketahui, maka penulis menetapkan jumlah sampel minimal sebanyak 100 orang agar memenuhi syarat untuk penggunaan statistik analisis jalur yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini. Namun

setelah dilakukan penyempurnaan data, yang layak dijadikan sampel hanya 85 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dalam penelitian ini, maka penelitian menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner ini dibagikan kepada semua responden yang menjadi sampel penelitian yaitu para guru di Kecamatan Percut Sei Tuan. Adapun kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan skala *Semantic Differential*, dimana setiap pernyataan mempunyai 5 opsi sebagai berikut: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Kuisisioner dikembangkan dari indikator yang ada dalam definisi operasional sebelumnya (lihat Tabel 3.2)

Tabel 3. 2 Rencana Pengembangan Instrumen Angket

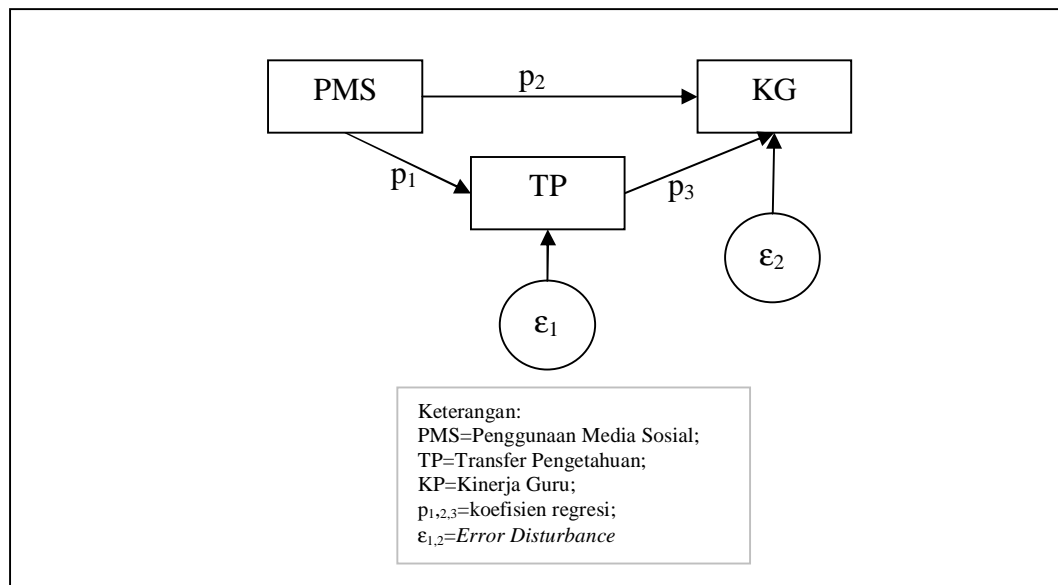
| Variabel | Indikator | No. Item |
|----------------------|-------------------------------------|----------|
| Media Sosial | Keseringan menggunakan media sosial | 1,2,3 |
| | Mendapatkan informasi pekerjaan | 4,5,6 |
| | Membangun kepercayaan | 7,8,9, |
| | Berbagi visi | 10,11,12 |
| | Mempererat jaringan | 13,14,15 |
| Transfer Pengetahuan | Bentuk pengetahuan yang di transfer | 1,2,3 |
| | Mekanisme transfer pengetahuan | 4,5,6 |
| | Keberhasilan transfer pengetahuan | 7,8,9 |
| Kinerja | Pengetahuan baru | 1,2 |
| | Peningkatan kecakapan/keterampilan | 3,4 |
| | Perubahan nilai/sikap | 5,6 |
| | Perubahan prilaku | 7,8 |
| | Perbaikan kondisi | 9,10 |
| | Perubahan | 11,12 |

Selanjutnya, instrumen diuji valid dan reliabel tidaknya. *Pertama, uji validitas.* Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas butir, ketentuan apakah suatu butir instrumen valid atau tidak adalah melihat nilai probabilitas koefisien korelasinya, yaitu dilihat dari *sig.(2-tailed)* dan membandingkannya dengan tarif signifikan (α) yang ditentukan yakni 0,05. Bila nilai *sig. (2-tailed)* $\leq 0,05$ maka butir instrumen valid. Dan jika nilai *sig.(2 – tailed)* $\geq 0,05$ maka butir instrumen tidak valid (Juliandi & Irfan, 2013, hal.79). dari hasil pengujian terlihat bahwa terlihat bahwa semua butir pertanyaan adalah valid, baik untuk variabel media sosial, transfer pengetahuan dan kinerja Guru.

Kedua, uji reliabilitas. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012, hal. 173). Uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut: Jika nilai koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* $> 0,6$, maka instrumen dinyatakan reliabel (terpercaya). Jika nilai koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* $< 0,6$, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel (tidak terpercaya) (Juliandi & Irfan, 2013, hal.148). dari hasil pengujian terlihat bahwa semua variabel adalah reliabel, baik untuk variabel media sosial, transfer pengetahuan dan kinerja Guru.

F. Teknik Analisis Data

Data-data yang penulis kumpulkan, selanjutnya dianalisis dengan salah satu teknik statistik yang menggunakan variabel bebas, terikat dan variabel intervening yakni analisis jalur (*path analysis*). Model analisis jalur dapat dilihat dalam Gambar 3.2.



Gambar 3.2 Model Path Analysis

Gambar 3.2 memperlihatkan bahwa dalam analisis jalur menggunakan persamaan regresi lebih dari satu tahap, antara lain:

- 1) Persamaan I: $TP = p_1 PMS + \varepsilon_1$
- 2) Persamaan II: $KG = p_2 PMS + p_3 TP + \varepsilon_2$

Untuk menarik kesimpulan model analisis jalur tersebut di atas, maka penulis menggunakan kriteria sebagai berikut: (1) Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung lebih besar dari koefisien pengaruh langsung ($p_1 \times p_3 > p_2$) dan hubungannya adalah signifikan, maka transfer pengetahuan memediasi hubungan penggunaan media sosial dengan kinerja; (2) Sebaliknya, jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung lebih kecil dari koefisien pengaruh langsung ($p_1 \times p_3 < p_2$) dan atau hubungannya adalah tidak signifikan, maka transfer pengetahuan tidak memediasi hubungan penggunaan media sosial dengan kinerja (Juliandi, Irfan, & Manurung, 2014, hal. 165).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Pengumpulan Data Penelitian

1. Karakteristik Responden Penelitian

Responden penelitian ini adalah para Guru di kec.Percut Sei Tuan.Jumlah kuesioner yang diberikan kepada responden adalah sebanyak 100 eksemplar kuesioner.

Tabel 4.1. Tingkat Respon Penyebaran Kuesioner

| Kuesioner | Jumlah | Persen |
|---|--------|--------|
| Jumlah kembali | 90 | 90,00 |
| Jumlah tidak kembali | 10 | 10,00 |
| Jumlah kuesioner dikirim | 100 | 100,00 |
| Jumlah kembali yang lengkap dan layak digunakan | 85 | 94,44 |
| Jumlah kembali yang lengkap dan tidak layak digunakan | 5 | 5,56 |
| Jumlah kuesioner kembali | 90 | 100,00 |

Dari 100 kuesioner yang diberikan tersebut, jumlah yang kembali sebesar 90,00% dan yang tidak kembali 10,00%. Dengan demikian tingkat tanggapan para responden untuk mengisi kuesioner ini cukup tinggi. Namun demikian, dari 100 kuesioner tersebut, hanya 94,44% yang cukup lengkap dan layak digunakan, sisanya sebesar 5,56% tidak lengkap sehingga tidak memungkinkan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian (Tabel 4.1.).

Gambaran umum responden dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik:

(1) jenis kelamin; (2) usia; dan (3) tingkat pendidikan.

Pertama, karakteristik responden dilihat dari sisi jenis kelamin. Dari jumlah 85 responden yang diteliti, sebesar 33% adalah laki-laki dan sisanya adalah responden perempuan sebesar 52% (Gambar 4.1).

Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | laki-laki | 33 | 38.8 | 38.8 | 38.8 |
| | Perempuan | 52 | 61.2 | 61.2 | 100.0 |
| | Total | 85 | 100.0 | 100.0 | |

Kedua, karakteristik responden dilihat dari sisi usia. Usia responden dalam penelitian ini berkisar antara kurang dari 21 tahun sampai dengan 40-50 tahun. Mayoritas responden penelitian adalah kelompok usia 21-30 tahun 40 orang (47,1%) dan yang paling kecil adalah kelompok usia <21 tahun 1 orang (1,2%) (Tabel 4.2).

Tabel 4.3. Karakteristik Usia Responden

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | <21 | 1 | 1.2 | 1.2 | 1.2 |
| | 21-30 | 40 | 47.1 | 47.1 | 48.2 |
| | 31-40 | 36 | 42.4 | 42.4 | 90.6 |
| | 41-50 | 3 | 3.5 | 3.5 | 94.1 |
| | >50 | 5 | 5.9 | 5.9 | 100.0 |
| | Total | 85 | 100.0 | 100.0 | |

Ketiga, karakteristik responden dilihat dari tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan responden penelitian adalah mereka yang berpendidikan SLTA sampai dengan S3. (Tabel 4.3).

Tabel 4.4 Karakteristik Tingkat Pendidika Responden

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Vali DIPLOMA | 23 | 27.1 | 27.1 | 27.1 |
| d S1 | 46 | 54.1 | 54.1 | 81.2 |
| S2 | 16 | 18.8 | 18.8 | 100.0 |
| Total | 85 | 100.0 | 100.0 | |

Persentase terbesar responden penelitian adalah kelompok pendidikan S1 sebesar 46 orang (54,1%). Persentase terkecil adalah kelompok responden yang berpendidikan S2 sebesar 16 orang (18,8%) (Tabel 4.4).

2. Karakteristik Jawaban Kuesioner Penelitian

Karakteristik jawaban kuesioner penelitian menggambarkan tentang distribusi jawaban kuesioner untuk ketiga variabel penelitian, antara lain: (1) distribusi jawaban kuesioner Media Sosial; (2) distribusi jawaban kuesioner Transfer Pengetahuan; dan (3) distribusi jawaban kuesioner Kinerja.

Pertama, distribusi jawaban kuesioner tentang Media Sosial. Kuesioner kepuasan kerja terdiri dari 15 item pertanyaan dengan 5 pilihan jawaban.

Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Kuesioner Penggunaan Media Sosial

| No. | Pertanyaan | Alternatif Jawaban | | | | | | | | | | | |
|-----------|--|--------------------|------|----|------|--------|-------|----|-------|----|-------|--------|-----|
| | | STS | | TS | | N / BS | | S | | SS | | Jumlah | |
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | Saya menggunakan media sosial hamper setiap hari | 2 | 2,4 | 2 | 2,4 | 9 | 10,6 | 28 | 32,9 | 44 | 51,8 | 85 | 100 |
| 2 | Jika menggunakan media sosial, saya bisa memanfaatkan waktu lebih dari 1 jam dalam sehari | 1 | 1,2 | 3 | 3,5 | 8 | 9,4 | 29 | 34,1 | 44 | 51,8 | 85 | 100 |
| 3 | Saya selalu menggunakan media sosial di tempat kerja | 0 | 0 | 2 | 2,4 | 9 | 10,6 | 34 | 40,0 | 40 | 47,1 | 85 | 100 |
| 4 | Saya juga selalu menggunakan media sosial selain di tempat kerja, seperti di rumah atau lainnya | 0 | 0 | 2 | 2,4 | 7 | 8,2 | 39 | 45,9 | 37 | 43,5 | 85 | 100 |
| 5 | Media sosial saya gunakan untuk mendapatkan informasi terkait dengan pekerjaan | 1 | 1,2 | 2 | 2,4 | 11 | 12,9 | 30 | 35,3 | 41 | 48,2 | 85 | 100 |
| 6 | Media sosial saya gunakan untuk mendapatkan pengetahuan baru | 1 | 1,2 | 2 | 2,4 | 7 | 8,2 | 32 | 37,6 | 43 | 50,6 | 85 | 100 |
| 7 | Media sosial saya gunakan untuk mencari berita baru | 1 | 1,2 | 4 | 4,7 | 9 | 10,6 | 24 | 28,2 | 47 | 55,3 | 85 | 100 |
| 8 | Media sosial saya gunakan untuk membangun rasa saling percaya dengan rekan kerja | 1 | 1,2 | 6 | 7,1 | 8 | 9,4 | 23 | 27,1 | 47 | 55,3 | 85 | 100 |
| 9 | Media sosial saya gunakan untuk membangun komunikasi yang baik dengan rekan kerja | 1 | 1,2 | 3 | 3,5 | 10 | 11,8 | 25 | 29,4 | 46 | 54,1 | 85 | 100 |
| 10 | Saya menggunakan media sosial untuk saling berbagi pandangan dan ide-ide positif kepada rekan kerja | 3 | 3,5 | 1 | 1,2 | 9 | 10,6 | 23 | 27,1 | 49 | 57,6 | 85 | 100 |
| 11 | Sesama rekan kerja saling berbagi wawasan melalui media sosial | 0 | 0 | 6 | 7,1 | 8 | 9,4 | 23 | 27,1 | 48 | 56,5 | 85 | 100 |
| 12 | Media sosial membantu mengatasi masalah dalam pekerjaan dengan sesama rekan kerja | 0 | 0 | 5 | 5,9 | 7 | 8,2 | 28 | 32,9 | 45 | 52,9 | 85 | 100 |
| 13 | Saya menggunakan media sosial perlu agar tidak dikucilkan secara sosial oleh sesama rekan kerja | 3 | 3,5 | 3 | 3,5 | 9 | 10,6 | 22 | 25,9 | 48 | 56,5 | 85 | 100 |
| 14 | Media sosial terbukti mempererat hubungan dengan rekan kerja | 1 | 1,2 | 3 | 3,5 | 10 | 11,8 | 24 | 28,2 | 47 | 55,3 | 85 | 100 |
| 15 | Umunya selama ini media sosial tidak menimbulkan konflik atau pertengkaran dengan sesama rekan kerja | 1 | 1,2 | 2 | 2,4 | 9 | 10,6 | 30 | 35,3 | 43 | 50,6 | 85 | 100 |
| Rata-rata | | | 1,26 | | 3,62 | | 10,19 | | 32,46 | | 52,47 | | |

Sumber : Data Diolah SPSS

Dari lima belas pertanyaan yang diajukan kepada responden penelitian, persentase rata-rata yang terbesar dari jawaban responden tentang penggunaan media sosial pada kalangan Guru di Percut Sei Tuan terdistribusi pada kategori jawaban sangat setuju (52,47%), sementara itu, persentase rata-rata jawaban terkecil terdistribusi pada jawaban sangat tidak setuju (1,26%) (Tabel 4.5). Dengan demikian dapat digambarkan bahwa penggunaan media sosial pada kalangan Guru di Percut Sei Tuan cukup baik menurut sebagian besar responden penelitian.

Kedua, distribusi jawaban kuesioner tentang transfer pengetahuan. Kuesioner tentang transfer pengetahuan terdiri dari 9 item pertanyaan dengan 5 pilihan jawaban.

Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Kuesioner Transfer Pengetahuan

| No. | Pertanyaan | Alternatif Jawaban | | | | | | | | | | | |
|-----------|---|--------------------|------|----|------|--------|------|----|-------|----|------|--------|-----|
| | | STS | | TS | | N / BS | | S | | SS | | Jumlah | |
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | Pengetahuan pekerjaan sering saya sampaikan atau didapatkan dari media sosial | 1 | 1,2 | 10 | 11,8 | 35 | 41,2 | 20 | 23,5 | 19 | 22,4 | 85 | 100 |
| 2 | Saya sering berdiskusi tentang pengetahuan umum dengan rekan media sosial | 2 | 2,4 | 6 | 7,1 | 26 | 30,6 | 26 | 30,6 | 25 | 29,4 | 85 | 100 |
| 3 | Sering bertukar pengetahuan baru dengan sesama rekan media sosial saya | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 11,8 | 45 | 52,9 | 30 | 35,3 | 85 | 100 |
| 4 | Atasan selalu memberikan informasi atau intruksi terkait pekerjaan mengenai media sosial | 0 | 0 | 7 | 8,2 | 12 | 14,1 | 38 | 44,7 | 28 | 32,9 | 85 | 100 |
| 5 | Sering bertukar informasi pekerjaan dengan sesama rekan kerja di media sosial | 3 | 3,5 | 4 | 4,7 | 16 | 18,8 | 19 | 22,4 | 43 | 50,6 | 85 | 100 |
| 6 | Biasanya informasi atau pengetahuan yang di sampaikan di media sosial mudah saya mengerti | 3 | 3,5 | 2 | 2,4 | 11 | 12,9 | 24 | 28,2 | 45 | 52,9 | 85 | 100 |
| 7 | Transfer pengetahuan melalui media sosial lebih cepat dibanding bukan melalui media sosial | 0 | 0 | 5 | 5,9 | 8 | 9,4 | 25 | 29,4 | 47 | 55,3 | 85 | 100 |
| 8 | Transfer pengetahuan melalui media sosial lebih mudah dilakukan dibanding dengan cara langsung | 0 | 0 | 2 | 2,4 | 11 | 12,9 | 36 | 42,4 | 36 | 42,4 | 85 | 100 |
| 9 | Informasi atau pengetahuan yang disampaikan di media sosial cukup murah dibanding dengan menggunakan surat atau telepon | 1 | 1,2 | 1 | 1,2 | 8 | 9,4 | 39 | 45,9 | 36 | 42,4 | 85 | 100 |
| Rata-rata | | | 1,31 | | 4,85 | | 17,9 | | 35,55 | | 40,4 | | |

Sumber : Data Diolah SPSS

Sembilan pertanyaan tentang transfer pengetahuan dijawab oleh responden penelitian. Persentase rata-rata yang terbesar dari jawaban responden tentang transfer pengetahuan terdistribusi pada kategori jawaban sangat setuju (40,4%), sementara itu, persentase rata-rata jawaban terkecil terdistribusi pada jawaban sangat tidak setuju (1,31%) (Tabel 4.6). Dengan demikian dapat digambarkan bahwa transfer pengetahuan pada kalangan Guru di Percut Sei Tuan cukup baik menurut sebagian besar responden penelitian.

Ketiga, distribusi jawaban kuesioner tentang kinerja. Kuesioner tentang kinerja terdiri dari 12 item pertanyaan dengan 5 pilihan jawaban.

Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Kuesioner Kinerja

| No. | Pertanyaan | Alternatif Jawaban | | | | | | | | | | | |
|-----------|--|--------------------|------|----|------|--------|-------|----|-------|----|-------|--------|-----|
| | | STS | | TS | | N / BS | | S | | SS | | Jumlah | |
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | Secara umum kinerja saya meningkat disbanding sebelumnya | 1 | 1,2 | 2 | 2,4 | 8 | 9,4 | 30 | 35,3 | 44 | 51,8 | 85 | 100 |
| 2 | Pengetahuan saya tentang pekerjaan lebih meningkat saat ini | 1 | 1,2 | 5 | 5,9 | 14 | 16,5 | 32 | 37,6 | 33 | 38,8 | 85 | 100 |
| 3 | Ide-ide saya tentang pekerjaan menjadi banyak disbanding masa lalu | 0 | 0 | 1 | 1,2 | 6 | 7,1 | 41 | 48,2 | 37 | 43,5 | 85 | 100 |
| 4 | Wawasan saya tentang pekerjaan memang lebih bertambah saat ini | 0 | 0 | 3 | 3,5 | 10 | 11,8 | 41 | 48,2 | 31 | 36,5 | 85 | 100 |
| 5 | Ada perubahan nilai yang lebih positif dengan pekerjaan setelah saya sekarang | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 11,8 | 46 | 54,1 | 29 | 34,1 | 85 | 100 |
| 6 | Sikap saya saat ini lebih positif dalam memandang pekerjaan | 3 | 3,5 | 5 | 5,9 | 13 | 15,3 | 19 | 22,4 | 45 | 52,9 | 85 | 100 |
| 7 | Tanggung jawab saya terhadap pekerjaan saat ini lebih baik dari sebelumnya | 2 | 2,4 | 6 | 7,1 | 11 | 12,9 | 26 | 30,6 | 40 | 47,1 | 85 | 100 |
| 8 | Umumnya saat ini saya dan rekan kerja lebih sering melakukan hal-hal positif dalam pekerjaan | 2 | 2,4 | 3 | 3,5 | 13 | 15,3 | 26 | 30,6 | 41 | 48,2 | 85 | 100 |
| 9 | Perubahan kondisi bekerja ditempat kerja saya saat ini meningkat ke arah lebih baik | 1 | 1,2 | 3 | 3,5 | 10 | 11,8 | 33 | 38,8 | 38 | 44,7 | 85 | 100 |
| 10 | Sesama rekan kerja terlihat lebih mudah untuk bekerja sama saat ini | 1 | 1,2 | 3 | 3,5 | 6 | 7,1 | 36 | 42,4 | 39 | 45,9 | 85 | 100 |
| 11 | Karena saya rekan kerja baik setatus organisasi tempat saya bekerja saat ini lebih baik dipandang masyarakat | 1 | 1,2 | 2 | 2,4 | 12 | 14,1 | 30 | 35,3 | 40 | 47,1 | 85 | 100 |
| 12 | Kepercayaan masyarakat terhadap organisasi tempat saya bekerja saat ini lebih baik disbanding masa lalu | 1 | 1,2 | 3 | 3,5 | 10 | 11,8 | 36 | 42,4 | 35 | 41,2 | 85 | 100 |
| Rata-rata | | | 1,30 | | 3,53 | | 12,07 | | 38,82 | | 44,31 | | |

Sumber : Data Diolah SPSS

Responden penelitian menjawab kesembilan pertanyaan tentang kinerja. Persentase rata-rata yang terbesar dari jawaban responden tentang Kinerja pada kalangan Guru di Percut Sei Tuan terdistribusi pada kategori jawaban sangat setuju (44,31%), sementara itu, persentase rata-rata jawaban terkecil terdistribusi pada jawaban sangat tidak setuju (1,30%) (Tabel 4.7). Dengan demikian dapat digambarkan kinerja pada kalangan Guru di Percut Sei Tuan tergolong tinggi menurut sebagian besar responden penelitian.

Selanjutnya instrument uji valid dan reliabel. Pertama uji validitas adalah sebagai berikut :

1) Uji Validitas variabel Media Sosial

Tabel 4.8

Uji Validitas Untuk Variabel Media Sosial

| No.item | Nilai Sig.(2-tailed) | Perbandingan | Probabilitas | Keterangan |
|---------|----------------------|--------------|-------------------|------------|
| 1 | 0,000 | 0,05 | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 2 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 3 | 0,005 | | $0,005 \leq 0,05$ | Valid |
| 4 | 0,003 | | $0,003 \leq 0,05$ | Valid |
| 5 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 6 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 7 | 0,001 | | $0,001 \leq 0,05$ | Valid |
| 8 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 9 | 0,001 | | $0,001 \leq 0,05$ | Valid |
| 10 | 0,002 | | $0,002 \leq 0,05$ | Valid |
| 11 | 0,008 | | $0,008 \leq 0,05$ | Valid |
| 12 | 0,001 | | $0,001 \leq 0,05$ | Valid |
| 13 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 14 | 0,003 | | $0,003 \leq 0,05$ | Valid |
| 15 | 0,002 | | $0,002 \leq 0,05$ | Valid |

Sumber : Hasil pengolahan Data, 2016

Berdasarkan hasil dari uji validitas diatas maka setiap butir pernyataan yang penulis gunakan untuk instrumen variabel Media Sosial valid seluruhnya, maka setiap butir pernyataan dapat digunakan untuk selanjutnya uji reliabilitas.

2) Uji validitas variabel Transfer Pengetahuan

Tabel 4.9

Uji Validitas Untuk Variabel Transfer Pengetahuan

| No.item | Nilai Sig.(2-tailed) | Perbandingan | Probabilitas | Keterangan |
|---------|----------------------|--------------|-------------------|------------|
| 1 | 0,000 | 0,05 | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 2 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 3 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 4 | 0,001 | | $0,001 \leq 0,05$ | Valid |
| 5 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 6 | 0,001 | | $0,001 \leq 0,05$ | Valid |
| 7 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 8 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 9 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan hasil dari uji validitas diatas maka setiap butir pernyataan yang penulis gunakan untuk instrumen variabel transfer pengetahuan valid seluruhnya, maka setiap butir pernyataan dapat digunakan untuk selanjutnya uji reliabilitas.

3) Uji validitas variabel kinerja Guru

Tabel 4.10**Uji Validitas Untuk Variabel Kinerja Guru**

| No.item | Nilai Sig.(2-tailed) | Perbandingan | Probabilitas | Keterangan |
|---------|----------------------|--------------|-------------------|------------|
| 1 | 0,000 | 0,05 | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 2 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 3 | 0,005 | | $0,005 \leq 0,05$ | Valid |
| 4 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 5 | 0,005 | | $0,005 \leq 0,05$ | Valid |
| 6 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 7 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 8 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 9 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 10 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 11 | 0,000 | | $0,000 \leq 0,05$ | Valid |
| 12 | 0,003 | | $0,003 \leq 0,05$ | Valid |

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan hasil dari uji validitas diatas maka setiap butir pernyataan yang penulis gunakan untuk instrumen variabel Kinerja valid seluruhnya, maka setiap butir pernyataan dapat digunakan untuk selanjutnya uji reliabilitas.

Kedua uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

| Variabel | Cronbach' Alpha | R tabel | Keterangan |
|----------------------|-----------------|---------|------------|
| Media Sosial | 0,722 | 0,6 | Reliabil |
| Transfer Pengetahuan | 0,705 | | Reliabil |
| Kinerja Guru | 0,708 | | Reliabil |

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2016

Berdasarkan data tabel uji reliabilitas instrument variabel penelitian di atas dapat dipahami bahwa masing – masing variabel memiliki nilai reliabilitas yang berbeda – beda dengan nilai *Cronbach' Alpha* pada variabel Media Sosial =

0,722 , variabel transfer pengetahuan *Cronbach Alpha* = 0,705 dan variabel kinerja Guru *Cronbach Alpha* = 0,708 > 0,6 , maka instrument dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrument adalah reliable atau terpercaya (Juliandi dan Irfan, 2014, hal. 148).

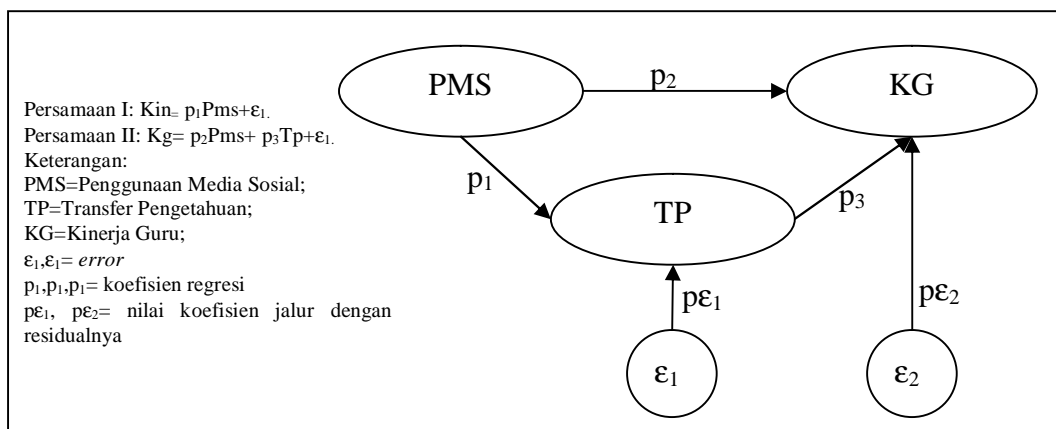
B. Analisis Data Penelitian

Analisis data penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis yang telah diajukan di bab 2 sebelumnya, antara lain: (1) Ada pengaruh media sosial terhadap transfer pengetahuan pada kalangan guru; (2) Ada pengaruh media sosial terhadap kinerja pada kalangan guru; (3) Ada pengaruh transfer pengetahuan terhadap kinerja pada kalangan guru; (4) Ada pengaruh media sosial terhadap kinerja yang dimediasi transfer pengetahuan pada kalangan guru.

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pendugaan parameter analisis jalur untuk menentukan nilai-nilai koefisiennya.

1. Pendugaan Parameter Analisis Jalur

Persamaan regresi dan model visual analisis jalur dalam penelitian ini terlihat dalam Gambar 4.1.



Gambar 4.1 Analisis Jalur (Model)

Nilai yang ingin dicari dari model dan persamaan regresi dalam (Gambar 4.1) adalah nilai $p_1, p_2, p_3, p_{\epsilon_1}$, dan p_{ϵ_1} , termasuk nilai-nilai probabilitas (*sig*) dari masing-masing hubungan variabel.

Nilai-nilai yang dibutuhkan untuk persamaan regresi I seperti deskripsi berikut ini.

Tabel 4.12. Coefficients dari Persamaan Regresi I

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 66.056 | 7.767 | | 8.504 | .000 |
| | MEDIASOSIAL | .439 | .060 | .314 | 5.999 | .000 |

a. Dependent Variable: KINERJA

Persamaan regresi I menghasilkan nilai koefisien regresi pengaruh media sosial terhadap kinerja adalah p_1 sebesar 0,314 dan probabilitasnya sebesar 0,000 (Tabel 4.12).

Tabel 4.13. Model Summary dari Persamaan Regresi I

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .414 ^a | .246 | .234 | 4.83640 |

a. Predictors: (Constant), MEDIASOSIAL

Sementara itu persamaan regresi I juga menghasilkan nilai *Adjusted-R Square* adalah sebesar 0,234. Nilai ini dapat digunakan untuk menentukan nilai

koefisien jalur dengan residualnya, yakni: $Pe_1 = \sqrt{(1-R^2)} = \sqrt{(1-0,234)} = 0,8752$ (Tabel 4.13).

Langkah kedua adalah menentukan nilai-nilai yang dibutuhkan untuk persamaan regresi II sebagai berikut:

Tabel 4.14. Coefficients dari Persamaan Regresi II

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 49.154 | 7.032 | | 6.990 | .000 |
| MEDIASOSIAL | .445 | .105 | .399 | 4.231 | .000 |
| TRANSFERPENGETAHUAN | .821 | .134 | .578 | 6.135 | .000 |

a. Dependent Variable: KINERJA

Persamaan regresi II menghasilkan nilai koefisien regresi pengaruh kepuasan kerja terhadap komitmen organisasi adalah p_2 sebesar 0,399 dan probabilitasnya sebesar 0,000, sedangkan nilai koefisien regresi pengaruh transfer pengetahuan terhadap kinerja adalah p_3 sebesar 0,578 dan probabilitasnya sebesar 0,000 (Tabel 4.14).

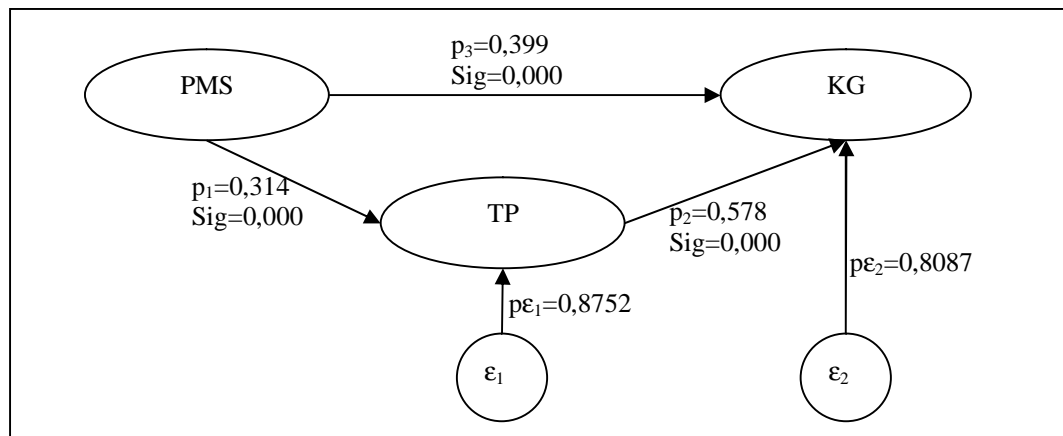
Tabel 4.15. Model Summary dari Persamaan Regresi II

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .588 ^a | .346 | .330 | 4.02838 |

a. Predictors: (Constant), TRANSFER PENGETAHUAN, MEDIA SOSIAL

Sementara itu persamaan regresi II juga menghasilkan nilai *Adjusted-R Square* sebesar 0,330. Nilai ini dapat digunakan untuk menentukan nilai koefisien jalur dengan residualnya, yakni: $P\epsilon_1 = \sqrt{(1-R^2)} = \sqrt{(1-0,346)} = 0,8087$ (Tabel 4.15).

Dari nilai-nilai persamaan regresi I dan II, maka model lengkap analisis jalurnya adalah sebagai berikut.



Gambar 4.2. Analisis Jalur (Hasil)

2. Pengujian Hipotesis

a. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Transfer Pengetahuan

Hipotesis statistik tentang pengaruh penggunaan media sosial terhadap transfer pengetahuan adalah sebagai berikut:

- H0 : Media Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap Transfer Pengetahuan
- H1 : Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Transfer Pengetahuan

Kriteria pengujian hipotesis tentang pengaruh media sosial terhadap transfer pengetahuan adalah sebagai berikut:

- Tolak H0 jika nilai probabilitasnya yakni $\text{sig} < \alpha 0,05$
- Terima H0 jika nilai probabilitasnya yakni $\text{sig} > \alpha 0,05$

Nilai probabilitas pengaruh penggunaan media sosial terhadap transfer pengetahuan seperti yang telah terlihat di dalam Gambar 4.2. sebelumnya adalah sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan nilai Sig0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap transfer pengetahuan.

b. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja

Hipotesis statistik tentang pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja adalah sebagai berikut:

- H0 : Media Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja
- H1 : Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja

Kriteria pengujian hipotesis tentang pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja adalah sebagai berikut:

- Tolak H0 jika nilai probabilitasnya yakni $\text{sig} < \alpha 0,05$
- Terima H0 jika nilai probabilitasnya yakni $\text{sig} > \alpha 0,05$

Nilai probabilitas pengaruh Pengguna Media Sosial terhadap Kinerja seperti yang telah terlihat di dalam Gambar 4.2. sebelumnya adalah sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan nilai Sig0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga Pengguna Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja.

c. Pengaruh Transfer Pengetahuan Terhadap Kinerja

Hipotesis statistik tentang pengaruh Transfer Pengetahuan terhadap Kinerja adalah sebagai berikut:

- H0 : Transfer Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja
- H1 : Transfer Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja

Kriteria pengujian hipotesis tentang pengaruh transfer pengetahuan terhadap kinerja adalah sebagai berikut:

- Tolak H0 jika nilai probabilitasnya yakni $\text{sig} < \alpha 0,05$
- Terima H0 jika nilai probabilitasnya yakni $\text{sig} > \alpha 0,05$

Nilai probabilitas pengaruh transfer pengetahuan terhadap kinerja seperti yang telah terlihat di dalam Gambar 4.2. sebelumnya adalah sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan nilai $\text{Sig} 0,05$. Dengan demikian, H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga transfer pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap komitmen organisasi.

d. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja yang Dimediasi Transfer Pengetahuan

Hipotesis statistik tentang pengaruh penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja yang Dimediasi Transfer Pengetahuan adalah sebagai berikut:

- H0 : Penggunaan Media Sosial tidak merupakan variabel intervening (Pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja adalah pengaruh langsung, tidak dimediasi transfer pengetahuan)
- H1 : Penggunaan Media Sosial merupakan variabel intervening (Pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja adalah pengaruh tidak langsung yakni dimediasi oleh transfer pengetahuan)

Kriteria pengujian hipotesis tentang pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja adalah sebagai berikut:

- Tolak H_0 jika nilai $p_1 \times p_3 < p_2$
- Terima H_0 jika nilai $p_1 \times p_3 > p_2$

Berdasarkan nilai pada Gambar 4.2. Sebelumnya nilai $p_{1,0,314} \times p_{2,0,578}$ adalah sebesar 0,1814. Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan dengan nilai $p_{2,0,399}$. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_1 ditolak. Ini berarti penggunaan media sosial tidak merupakan variabel intervening, atau dengan kata lain pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja adalah pengaruh langsung, tidak dimediasi transfer pengetahuan. Dengan demikian, transfer pengetahuan tidak berperan sebagai variabel intervening.

C. Diskusi Temuan Penelitian

1. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Transfer Pengetahuan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap transfer pengetahuan adalah positif (0,314) dan signifikan ($\text{sig } 0,000 \leq 0,05$).

Hasil yang positif tersebut menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap transfer pengetahuan adalah searah. Dengan kata lain jika nilai media sosial meningkat akan diikuti dengan peningkatan nilai transfer pengetahuan.

Hasil yang signifikan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap transfer pengetahuan adalah nyata atau berarti. Dengan kata lain media sosial begitu kuat pengaruhnya terhadap transfer pengetahuan.

Hasil penelitian ini sejalan atau relevan dengan hasil penelitian-penelitian terdahulu atau teori-teori yang telah dibahas di kerangka konsep pada BAB II, seperti kutipan berikut ini:

Untuk membangun suatu sistem manajemen pengetahuan penggunaan dalam organisasi diperlukan enam tahap alur pengetahuan yaitu menciptakan pengetahuan, menangkap pengetahuan, menjaring pengetahuan, menyimpan pengetahuan, mengolah pengetahuan, dan menyebarluaskan pengetahuan (Setiarso, 2017, hal. 4). Rangkaian kegiatan tersebut dilakukan dengan didukung oleh penggunaan teknologi. Dari keenam tahap alur pengetahuan di atas, media sosial (contohnya *Facebook*) memiliki potensi merangkul kegiatan itu semua sehingga sangat potensial apabila jejaring sosial dijadikan sebagai media *knowledge sharing* (Sholihuddin, 2011, tanpa halaman).

Dalam sebuah hasil penelitian ditunjukkan bahwa transfer pengetahuan dibuat lebih mudah dengan media sosial (seperti situs jejaring sosial), sehingga para pencari pengetahuan dapat mengumpulkan informasi tentang pengetahuan dan sumbernya hanya dengan mengamati tindakannya melalui teknologi (Leonardi & Meyer, 2015, hal. 10).

2. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap kinerja adalah positif (0,399) dan signifikan ($\text{sig } 0,000 \leq 0,05$).

Hasil yang positif tersebut menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap kinerja adalah searah. Dengan kata lain jika nilai media sosial meningkat akan diikuti dengan peningkatan nilai kinerja.

Hasil yang signifikan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap kinerja adalah nyata atau berarti. Dengan kata lain media sosial begitu kuat pengaruhnya terhadap kinerja Guru.

Hasil penelitian ini sejalan atau relevan dengan hasil penelitan-penelitian terdahulu atau teori-teori yang telah dibahas di krangka konsep tual pada BAB II, seperi kutipan berikut ini:

Kadang-kadang kinerja diberi istilah sama dengan prestasi. Dalam kaitannya dengan media sosial, media sosial mempengaruhi seperti *Facebook* mempengaruhi prestasi akademik. *Facebook* digunakan untuk mengumpulkan dan berbagi informasi (Junco, 2012, hal. 187).

Di dalam perusahaan bisnis, teknologi media sosial dapat mengakibatkan kinerja perusahaan menjadi lebih besar (Trainor, 2012, hal. 317). Satu kajian yang cukup jelas menunjukkan bahwa ada hubungan positif media sosial yakni penggunaan *social networking* dengan kinerja karyawan, yakni skill, pengetahuan, produktivitas, dan motivasi (Ashraf, 2014, hal. 147).

3. Pengaruh Transfer Pengetahuan terhadap Kinerja

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh transfer pengetahuan terhadap kinerja adalah positif (0,578) dan signifikan (sig 0,000 ≤ 0,05).

Hasil yang positif tersebut menunjukkan bahwa pengaruh transfer pengetahuan terhadap kinerja adalah searah. Dengan kata lain jika nilai transfer pengetahuan meningkat akan diikuti dengan peningkatan nilai kinerja Guru.

Hasil yang signifikan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh transfer pengetahuan terhadap kinerja adalah nyata atau berarti. Dengan kata lain transfer pengetahuan begitu kuat pengaruhnya terhadap kinerja.

Hasil penelitian ini sejalan atau relevan dengan hasil penelitan-penelitian terdahulu atau teori-teori yang telah dibahas di krangka konsep tual pada BAB II, seperi kutipan berikut ini:

Transfer pengetahuan adalah dasar untuk keunggulan kompetitif di perusahaan. Pengetahuan yang dibangun di dalam interaksi antar orang, peralatan, dan tugas memberikan dasar untuk keunggulan kompetitif di perusahaan (Argote, 2000, hal. 150). Sebuah penelitian menunjukkan bagaimana transfer pengetahuan melalui pelatihan begitu penting di dalam lingkungan kerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim transfer organisasi merupakan alat yang harus diselidiki sebagai fasilitator potensial untuk meningkatkan perpindahan positif dari suatu pelatihan ke dalam lingkungan kerja (Rouiller & Goldstein, 1993, hal. 377). Penelitian lainnya menguji pengaruh mempengaruhi, rasa ingin tahu, dan sosialisasi terkait pembelajaran terhadap kinerja kerja. Transfer pengetahuan ditunjukkan dalam variable sosialisasi terkait pembelajaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi terkait pembelajaran memang mempengaruhi kinerja kerja (Reio-Jr & Callahan, 2004, hal. 3).

4. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja yang Dimediasi Transfer Pengetahuan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transfer pengetahuan bukanlah variabel intervening ($0,1814 < 0,399$). Ini berarti pengaruh media sosial terhadap kinerja Guru adalah langsung tidak perlu melalui transfer pengetahuan.

Jika dilihat dari nilai rata-rata jawaban yang baik (setuju dan sangat setuju) untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

- Media sosial : $32,46 + 52,47 = 84,93$
- Transfer pengetahuan : $35,55 + 40,4 = 75,95$
- Kinerja Guru : $38,82 + 44,31 = 83,13$

Nilai diatas terlihat bahwa transfer pengetahuan bernilai terendah di banding dengan variabel lainnya dengan demikian wajar jika transfer pengetahuan tidak menjadi variabel intervening.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. pengaruh pengguna media sosial terhadap transfer pengetahuan adalah positif dan signifikan.
2. Pengaruh pengguna media sosial terhadap kinerja Guru adalah positif dan signifikan.
3. Pengaruh transfer pengetahuan terhadap kinerja Guru adalah positif dan signifikan.
4. Pengaruh media sosial terhadap kinerja Guru tidak dimediasi oleh transfer pengetahuan.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, dijelaskan bahwa pengaruh penggunaan media sosia terhadap kinerja adalah pengaruh langsung, tidak dimediasi transfer pengetahuan. Dengan demikian, transfer pengetahuan tidak berperan sebagai variabel intervening. Maka dalam hal ini penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya para Guru memanfaatkan media sosial sebagai media untuk bertukar informasi kepada rekan kerja, dengan demikian informasi yang di dapat tidak hanya dari tempat bekerja saja tetapi dari luar tempat kerja, guna maningkatkan kinerja Guru di kec.percut Sei Tuan.

2. Sebaiknya para Guru dapat meningkatkan cara mentrasfer pengetahuan yang di dapat dari media sosial dengan baik. Sehingga kinerja Guru dapat terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Argote, L. (2000). Knowledge transfer: A basis for competitive advantage in firms. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* , 82 (1), 150-169.
- Ashraf, N. (2014). Impact of social networking on employee performance. *Business Management and Strategy* , 5 (2), 139-150.
- Cao, X., Guo, X., Vogel, D., & Zhang, X. (2016). Exploring the influence of social media on employee work performance. *Internet Research* , 26 (2), 529 – 545.
- Destiana, I., Salman, A., & Rahim, M. H. (2013). Penerimaan media sosial: Kajian dalam kalangan pelajar universiti di Palembang. *Malaysian Journal of Communication* , 29 (2), 125-140.
- Gibson, J., Ivancevich, J., Konopaske, R., & Donnelly Jr, J. H. (2009). *Organizations: Behavior, structure, processes*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Hasibuan. (2006). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hatry, H. P. (2006). *Performance measurement: Getting results*. Washington D.C.: The Urban Insitute.
- Helminck, L. (2013). *Objectives, strategies and indicators for social media marketing (Tesis master)*. Enschede: University of Twente.
- Herlanti, Y. (2014). *BlogQuest+: Pemanfaat media sosial pada pembelajaran sains berbasis isu sosiosaintifik untuk mengembangkan keterampilan berargumentasi dan literasi sains*. Bandung: Program Studi Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan Alam Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia.
- Howlett, R. J., Gabrys, B., Gabrys, K. M., & Roach, J. (2013). *Innovation through knowledge transfer 2012*. London: Springer.
- Juju, D., & Sulianta, F. (2010). *Branding promotion with social network*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi penelitian bisnis: Konsep dan aplikasi*. Medan: UMSU Press.

- Junco, R. (2012). Too much face and not enough books: The relationship between multiple indices of Facebook use and academic performance. *28* (1), 187-198.
- Koopmans, L., Bernaards, C. M., Hildebrandt, V. H., Vet, H. C., & Beek, A. J. (2014). Measuring individual work performance: Identifying and selecting indicators. In L. Koopmans, *Measuring individual work performance* (pp. 61-81). Leiden, Netherlands: Body Work, Research Center on Physical Activity, Work and Health.
- Leonard, D., Swap, W. C., & Barton, G. (2014). *Critical knowledge transfer: Tools for managing your company's deep smarts*. United States of America: Harvard Business Review Press.
- Leonardi, P. M., & Meyer, S. R. (2015). Social media as social lubricant: How ambient awareness eases knowledge transfer. *American Behavioral Scientist* , *59* (1), 10-34.
- Mangkunegara, A. P. (2013). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan* . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Martens-Edwards, E. (2014). *Social media during the Egyptian revolution: A study of collective identity and organizational function of Facebook & Co*. Hamburg: Anchor Academic Publishing.
- Mathis, R. L., Jackson, J. H., & Valentine, S. R. (2016). *Human resources management: Essential perspectives*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Mustafa, S. E., & Hamzah, A. (2011). Media baharu yang baharu: Trend penggunaan jaringan sosial dalam kalangan pengguna di Malaysia. *Malaysian Journal of Media Studies* , *13* (2), 93-110.
- Reio-Jr, T. G., & Callahan, J. L. (2004). Affect, curiosity, and socialization-related learning: A path analysis of antecedents to job performance. *Journal of Business and Psychology* , *19* (1), 3–22.
- Rivai, V., & Basri. (2014). *Performance appraisal: Sistem yang tepat untuk menilai kinerja karyawan dan meningkatkan daya saing perusahaan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Robbins, S. P. (2008). *Perilaku organisasi: Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rouiller, J. Z., & Goldstein, I. L. (1993). The relationship between organizational transfer climate and positive transfer of training. *Human Development Quarterly* , *4* (4), 377–390.
- Sedarmayanti. (2007). *Sumber daya manusia dan produktifitas kerja*. Bandung: Mandar Maju.

- Setiarso, B. (2017). *Penerapan knowledge management di organisasi*. Retrieved Januari 28, 2017, from IlmuKomputer.Com: <http://ilmukomputer.org/wp-content/uploads/2007/04/bse-ksni.pdf>
- Sholihuddin, M. (2011). *Ironi dibalik penggunaan Facebook sebagai media knowledge sharing*. Retrieved Januari 28, 2017, from KM Virtual: http://noveanna-vokasi.web.unair.ac.id/artikel_detail-36630-Knowledge%20management-Ironi%20Dibalik%20Penggunaan%20Facebook%20Sebagai%20Media%20Knowledge%20Sharing.html
- Smale, A. (2008). Global HRM integration: A knowledge transfer perspective. *Personnel Review*, 37 (2), 145 – 164.
- Sugiyono. (2001). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Svensson, R. (2000). *Success strategies and knowledge transfer in cross-border consulting operations*. Ne York: Springer Science-Business Media, LLC.
- Takran, N. Ö., & Ylmaz, R. (2015). *Handbook of research on effective advertising strategies in the social media age*. Hershey, PA: Business Science Reference.
- Trainor, K. J. (2012). Relating social media technologies to performance: A capabilities-based perspective. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 32 (3), 317-331.