

**MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER
DI KALANGAN MAHASISWA PRODI KPI ANGKATAN 2018
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk
Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

LIA YULIANTI

NIM 1817102023

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lia Yulianti

NIM : 1817102023

Jenjang : S1

Fakultas : Dakwah

Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : **Motif Penggunaan Media Sosial Twitter Di Kalangan Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi yang berjudul **Motif Penggunaan Media Sosial Twitter Di Kalangan Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi citasi dan ditunjukkan dalam bentuk daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh.

Purwokerto, 18 Juli 2022

Menyatakan



Lia Yulianti
NIM.1817102023

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi maka saya sampaikan naskah skripsi saudara:

Nama : Lia Yulianti

NIM : 1817102023

Fakultas : Dakwah

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : Motif Penggunaan Media Sosial Twitter Di Kalangan Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 18 Juli 2022
Pembimbing



Warto, M.Kom.

NIP: 198111192006041004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO

FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126

Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553 Website: www.uinwidyadepok.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

**Motif Penggunaan Media Sosial Twitter Di Kalangan Mahasiswa KPI Angkatan
2018 UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri**

Yang disusun oleh Saudara: **Lia Yulianti**, NIM. 1817102023, Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Manajemen dan Komunikasi,
Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri
(UIN SAIZU) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal **21 September 2022**, dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial**
(S.Sos) pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Wanto, M.Kom

NIP. 19811119 200604 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji II

Siti Nurmahyati, M.S.I

NIP. -

Penguji Utama

Dr. Musta'in, M.Si

NIP. 19710302 200901 1 011

Mengesahkan,
Purwokerto, ...6-10-2022
Dekan,



Prof. Saifuddin Abdul Basit, M.Ag

NIP. 19691214 19803 1 001

Motif Penggunaan Media Sosial Twitter Di Kalangan Mahasiswa KPI Angkatan 2018

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Lia Yulianti

1817102023

ABSTRAK

Dari tahun ke tahun teknologi komunikasi dan informasi semakin berkembang, hal tersebut ditandai dengan bidang digital yang semakin canggih. Salah satu bentuk kemunculannya yaitu media sosial. Dengan adanya media sosial pengguna dapat berinteraksi, berkomunikasi dan mendapatkan informasi dengan mudah. Terdapat bentuk dari media sosial salah satunya yaitu Twitter. Twitter merupakan jenis media sosial yang berbasis *microblog* yang penggunaannya dapat menulis sampai dengan 240 karakter. Mahasiswa KPI angkatan 2018 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri juga menjadi pengguna media sosial Twitter. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui motif penggunaan media sosial Twitter di kalangan mahasiswa KPI angkatan 2018 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri menggunakan teori *uses and gratification*.

Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang menjelaskan data dengan cara mendalam. Penelitian ini menggunakan 6 narasumber yang sudah dipilih oleh peneliti yang sesuai kriteria yang diinginkan oleh peneliti. Adapun kriteria tersebut yaitu mempunyai akun pribadi dan mempunyai akun Twitter aktif. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa mahasiswa menggunakan media sosial Twitter berdasarkan 5 kebutuhan, kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan pelepasan. Kebutuhan kognitif digunakan mahasiswa sebagai kebutuhan untuk mencari informasi. kebutuhan afektif menjadi kebutuhan hal-hal yang menyenangkan. Kebutuhan integrasi mahasiswa dapat menunjukkan dirinya dengan sebebas-bebasnya dan menjadi diri mereka sendiri. Kebutuhan integrasi sosial mahasiswa berinteraksi dengan pengguna lain karena adanya kesamaan hobi. kebutuhan pelepasan mahasiswa dalam mengakses media sosial Twitter dalam keadaan senggang atau tidak ada aktivitas.

Kata Kunci: Teori Uses And Grattification, Media Sosial, Twitter, Teori Kebutuhan

Motives for Using Twitter Social Media Among KPI Students Class of 2018

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Lia Yulianti

1817102023

ABSTRACT

From year to year communication and information technology is growing, it is marked by an increasingly sophisticated digital field. One form of its emergence is social media. With social media users can interact, communicate and get information easily. There are forms of social media, one of which is Twitter. Twitter is a type of microblog-based social media whose users can write up to 240 characters. KPI students batch 2018 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri is also a Twitter social media user. The purpose of this study is to find out the motives for using Twitter social media among KPI students class 2018 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri uses the uses and gratification theory.

This research uses qualitative research with descriptive research type that explains the data in an in-depth way. This study uses 6 resource persons who have been selected by the researcher according to the criteria desired by the researcher. The criteria are having a personal account and having an active Twitter account. The results of the study can be seen that students use Twitter social media based on 5 needs, cognitive needs, affective, personal integration, social integration, and detachment. Cognitive needs are used by students as the need to find information. Affective needs become pleasurable needs. The integration needs of students can show themselves freely and be themselves. Social integration needs of students interacting with other users due to common hobbies. the need for student release in accessing Twitter social media in a state of leisure or no activity.

Keywords: *Theory Uses And Grattification, Social Media, Twitter, Theory Kebutuhan*

MOTTO

“ Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempatan, dan kesulitan bersama kemudahan”



PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberi nikmat dan rasa syukur sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik walaupun masih banyak kekurangan. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW yang menjadi tauladan bagi umat islam.

Dengan ini saya persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua saya yaitu bapak Kuson dan Ibu Susi Krisnawati yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul *Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri*.

Dengan selesainya skripsi tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. K. H. Abdul Basit, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Hj. Khusnul Khotimah, M.Ag., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Musta'in, M.Si., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatusholihah, M.A., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. Warto, M.Kom., Penasihat Akademik sekaligus sebagai dosen pembimbing.
9. Segenap Dosen, Karyawan, dan seluruh civitas akademik UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman selama menempuh studi di Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Orang Tua penulis, yang selalu memberikan doa dan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

14. Keluarga besar KPI A angkatan 2018, yang telah memberikan banyak kenangan di hidup penulis selama menempuh studi, semoga kita semua dapat terus menjalin silaturahmi.

15. Teman-Teman di PPL dan KKN pada tahun 2021 yang menjadi bagian penulis dalam memperoleh ilmu dan pengalaman.

16. Teman-Teman di Radio Star Fakultas Dakwah, yang banyak memberikan pengalamannya.

17. Pondok Pesantren Darul Falah menjadi tempat menuntut ilmu agama.

18. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, secara langsung maupun tidak langsung kalian ikut memberikan semangat dan bantuan yang membuat skripsi ini dapat selesai.

Tiada yang dapat penulis berikan untuk menyampaikan rasa terima kasih melainkan hanya doa. Penulis menyadari masih banyak kekurangan pada skripsi ini, sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan.

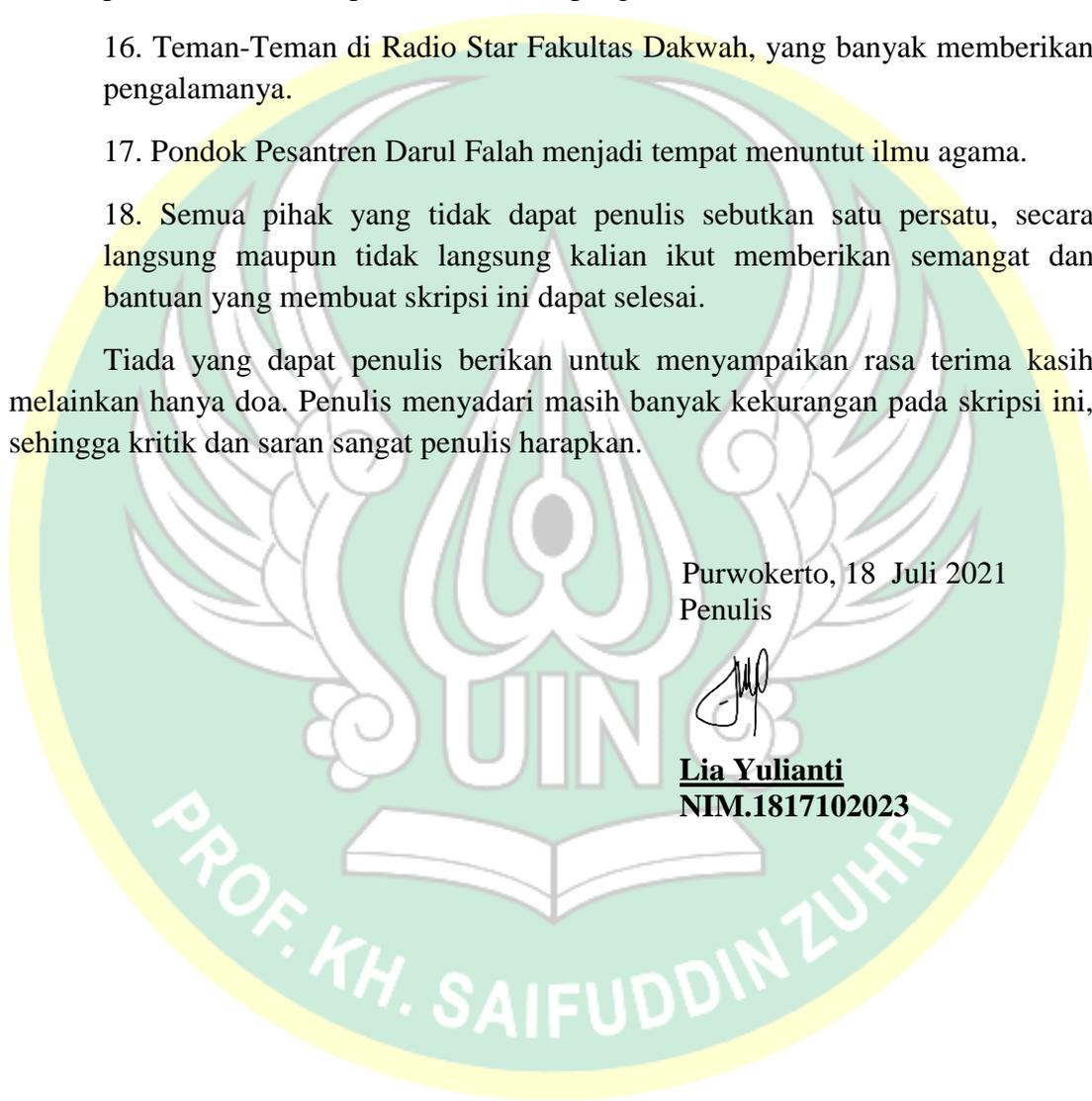
Purwokerto, 18 Juli 2021

Penulis



Lia Yulianti

NIM.1817102023



PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix-x
DAFTAR ISI	xi-xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. PENEGASAN ISTILAH	6
1. Motif	6
2. Penggunaan Media Sosial	7
3. Twitter	7
4. Mahasiswa Prodi KPI	8
C. RUMUSAN MASALAH.....	8
D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	8
a. Manfaat Teoritis	8
b. Manfaat Praktis	9
E. TELAHAH PUSTAKA	9
F. SISTEMATIKA PENULISAN	13
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Teori Kebutuhan	14
B. Teori <i>Uses And Gratification</i>	16
C. <i>New Media</i>	21

D. Media Sosial	23
E. Twitter	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan Penelitian	34
B. Subyek Dan Objek Penelitian	34
1. Subyek Penelitian	34
2. Obyek Penelitian	36
C. Sumber Data	36
1. Sumber Data Primer	36
2. Sumber Data Sekunder	36
D. Metode Pengumpulan Data	36
1. Observasi	37
2. Wawancara	37
3. Dokumentasi	37
E. Metode Analisis Data	37
1. Reduksi Data	38
2. Penyajian Data	38
3. Kesimpulan	38
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	39
A. Gambaran Umum Mahasiswa KPI Angkatan 2018	39
B. Temuan Data	44
C. Pembahasan	52
BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan	61
B. Saran	61
C. Penutup	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 media sosial dan video streaming yang sering digunakan di Indonesia pada tahun 2021	3
Gambar 1.2. media sosial yang populer di Indonesi pada tahun 2021	4
Gambar 1.3. Piramida kebutuhan menurut Maslow.....	15
Gambar 1.4. Model teori <i>uses and gratification</i> menurut Schramm dan Potter	18
Gambar 2.1. Bagan teori <i>uses and gratification</i> dalam buku Nurudin yang berjudul Pengantar Komunikasi Massa	19



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Nama-nama narasumber 35



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Komunikasi merupakan cara untuk melakukan pertukaran pendapat, pesan dan pengetahuan yang dilakukan oleh pengirim pesan dan penerima agar berinteraksi dengan memakai sebuah peraturan dan media yang tepat. Seseorang yang sudah melakukan komunikasi berarti seseorang tersebut sudah melakukan dialog dan mengekspresikan perasaannya. Komunikasi memiliki sebuah gambaran sendiri yaitu tentang menyampaikan pendapat, bertukar pengalaman, mengatasi masalah ataupun memberikan pemahaman kepada seseorang yang dahulu belum paham menjadi paham. Menurut Aristoteles komunikasi memiliki tujuan yaitu persuasi, yakni cara seseorang atau orang yang menyampaikan pesan untuk mempengaruhi seseorang supaya dapat yakin dan mengikuti yang dikatakan oleh seseorang yang menyampaikan pesan. Jadi, tujuan dari komunikasi yaitu untuk menyakinkan atau membuat seseorang percaya atas apa yang disampaikan oleh penyampai pesan.¹

Dari tahun ke tahun teknologi komunikasi dan informasi semakin berkembang, hal tersebut ditandai dengan bidang digital yang semakin canggih. Diketahui bahwa teknologi komunikasi dan informasi adalah jejaring yang saling berhubungan satu sama lain sehingga bersifat global hal tersebut mempunyai tujuan mempermudah manusia dalam melakukan komunikasi dalam setiap kegiatan.² Bagi setiap orang komunikasi menjadi salah satu

¹ Cicilia Afrilia Damayanti Simbolon dan Chontina Siahaan, “*Penggunaan Komunikasi Media Sosial Twitter di Kalangan Remaja di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor*”, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol.10 .No.3, 2021, ISSN.2442-6962, (Jakarta: Universitas Kristen Indonesia, 2021), hlm 219

² Syahnindar Rahma Dwiana dan Edy Prihantoro, “*Pengaruh Penggunaan Media Instagram @najwashihab dan Terpaan Informasi Terhadap Pembentukan Sikap Follower Dalam Menghadapi*

kebutuhan utama. Lewat komunikasi seseorang dapat menyampaikan yang sedang dirasakan, dipikirkan ataupun yang sedang diharapkan. Banyak cara agar dapat berkomunikasi. Terdapat cara yang dapat dilakukan bisa secara langsung ataupun tidak, yaitu memakai beragam media salah satunya yaitu media sosial.³

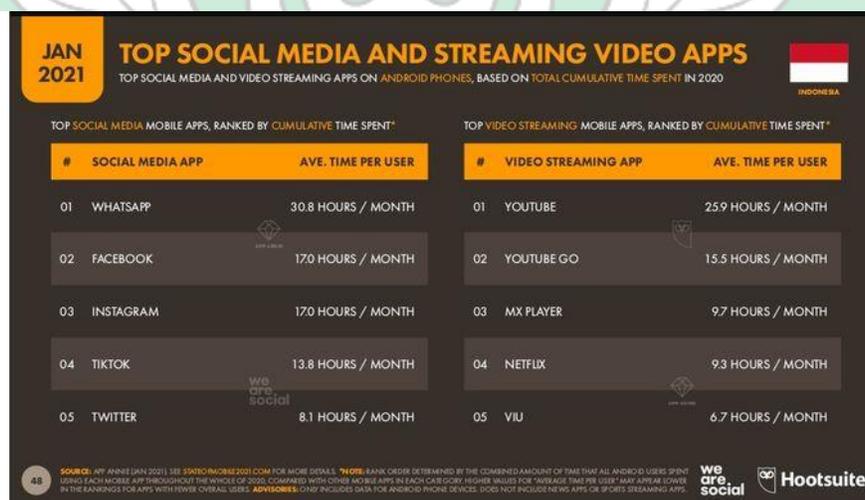
Umumnya media sosial digunakan sebagai media komunikasi yang digunakan oleh seseorang untuk saling berinteraksi, dan juga membagikan sebuah informasi dan juga mempresentasikan diri. Dalam media sosial sendiri membebaskan penggunaannya untuk berinteraksi dengan siapa saja dan menyebarkan informasi. Bagi pengguna baru media sosial sangat mudah untuk digunakan dan pelajari. Untuk menggunakan media sosial tidak membutuhkan banyak biaya bahkan terdapat yang gratis. Dengan adanya media sosial sangat memberikan kemudahan bagi penggunaannya dalam berinteraksi dan berbagi informasi.⁴Bentuk dari media sosial juga beragam seperti *Whatsapp, Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter* dll. Dengan adanya berbagai jenis media sosial akan mempermudah seseorang untuk berkomunikasi. Namun sekarang ini banyak pengguna yang memakai media sosial tidak hanya satu namun lebih. Lantaran pada setiap media sosial mempunyai perbedaan karakteristik, namun karakteristik utama dari media sosial yaitu untuk berkomunikasi. Dengan adanya berbagai macam karakteristik yang ada dalam media sosial, seseorang akan lebih banyak menghabiskan waktunya untuk berselancar dalam media sosial, dan menggunakan waktunya tidak dengan baik.

Covid-19”, Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi, Vol. 2, No. 3, e-ISSN: 2656-8330, (Jakarta: Universitas Gunadarma, 2020), hlm 127

³M.Fachri Syahreza dan Irwan Syari Tanjung, “*Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED*”, Jurnal Interaksi, Vol.2.No.1, (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018), hlm 62

⁴Cindie Sya’bania dan Desy Misnawati, “*Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @YHOOPHII_OFFICIAL Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*”, Jurnal Inovasi, Vol.14, No. 1, (Palembang: Universitas Bina Darma, 2020), hlm 33

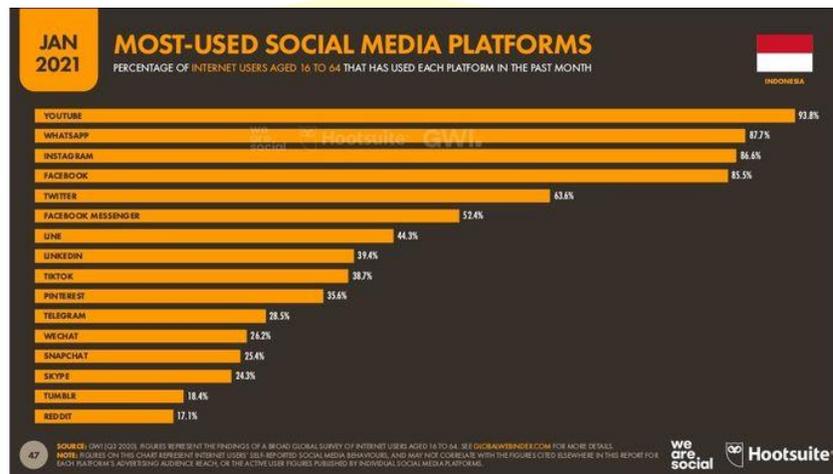
Pada 11 Februari *We Are Social* yang berkolaborasi bersama *Hootsuite* menerbitkan tentang riset pola pemakaian media sosial diberbagai dunia Indonesia termasuk salah satunya. Dari hasil riset kebanyakan masyarakat Indonesia memakai media sosial kurang lebih 3 jam 14 menit. Dari jumlah masyarakat Indonesia sebanyak 274,9 jiwa, sekitar 170 juta penduduk aktif memakai media sosial. Pada januari 2021 sekitar 61,8 persen masyarakat Indonesia menggunakan media sosial. Hal tersebut meningkat dibandingkan tahun lalu sekitar 10 juta atau 6,3 persen. Negara Indonesia menjadi negara dengan tingkat kecanduan media sosial tinggi karena masuk dalam 10 negara yang memiliki kecanduan media sosial. Dari 47 negara yang dianalisis Indonesia masuk pada peringkat sembilan. Dari hasil laporan pengguna di Indonesia menghabiskan waktu kurang lebih untuk menggunakan *WhatsApp* yaitu sekitar 30,8 jam per bulan, *Facebook* 17 Jam per bulan, *Instagram* 17 jam perbulan, *Tik Tok* 13,8 jam per bulan, lalu *Twitter* 8,1 jam per bulan.⁵



⁵ Data ini diambil dari: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari?page=all>. Diakses tanggal 23 Februari 2022. Jam: 21.46 WIB.

Gambar 1.1 media sosial dan video streaming yang sering digunakan di Indonesia pada tahun 2021. Sumber:

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>



Gambar 1.2. media sosial yang populer di Indonesi pada tahun 2021. Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

Twitter menjadi media sosial yang masih digemari oleh masyarakat. Twitter merupakan blog sederhana yang penggunaanya dapat memposting pesan, Twitter juga dapat disebut dengan situs *microblogging*. Dengan menggunakan Twitter pengguna dapat membagikan dalam berbagai bentuk seperti foto, tulisan, video, suara, grafik, atau yang lainnya. Bagi pengguna twitter dapat membuat konten dengan memanfaatkan fitur yang terdapat dalam twitter.⁶ Dalam media sosial Twitter memiliki kelebihan dan kekurangan, kelebihan yang dimiliki oleh media sosial Twitter yaitu dapat mengetahui berita dengan cepat melalui hastag, memiliki jangkauan yang luas tidak hanya antar teman, bebas dari banner iklan dll, adapun kekurangan yang terdapat pada media sosial Twitter yaitu hanya dapat menulis 240 karakter, memiliki tampilan

⁶ Lisa Mardiana dan Anida Fa'zia Zi'ni, "Pengungkapan Diri Pengguna Akun Autobase Twitter @SUBTANYARL", Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 03 No. 01, (Semarang: Universitas Dian Nuswantoro, 2020), hlm 36.

yang sederhana tidak seperti Facebook yang memiliki tampilan elegan dan modis, sangat mudah disalahgunakan untuk melakukan spam dll.⁷

Walaupun Twitter masuk dalam urutan kelima namun media sosial ini masih banyak digemari oleh masyarakat, apalagi penggunaanya kebanyakan dari kalangan remaja sekitar usia 18-24 tahun.⁸ Twitter memiliki banyak kegunaan apalagi untuk mendapatkan informasi dan berkomunikasi. Setiap orang berbeda-beda dalam menggunakan media sosial Twitter tergantung dari kebutuhan masing-masing. Apalagi untuk remaja yang ingin mendapatkan tentang informasi, pengalaman baru, dan juga mendapatkan teman. Namun dalam penggunaannya banyak yang menyalahgunakan Twitter dan tidak digunakan dengan bijak seperti memposting *tweet*/kicauan yang berbau pornografi. Banyak yang mengakses media sosial Twitter selama berjam-jam karena terlalu asik dalam bermain Twitter. Hal tersebut pastinya sangat merugikan diri sendiri karena menggunakan waktu tidak dengan baik. Seharusnya menggunakan media sosial Twitter sesuai dengan porsinya.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, terdapat beberapa mahasiswa yang menggunakan media sosial Twitter. Hal tersebut dilihat ketika ada beberapa mahasiswa yang sering mengupload potongan *tweet*/kicauan ke snap Whatsapp tentang kata-kata lucu, informasi dll. Ternyata mahasiswa tersebut memiliki sebuah akun Twitter. Selain itu juga beberapa mahasiswa memakai media sosial Twitter karena media sosial tersebut dapat memuat informasi yang *update*/sedang ramai diperbincangkan karena memiliki fitur hastag yang memuat berita *update*, alasan para mahasiswa lebih memilih Twitter ketimbang membuka website berita karena pada Twitter berita lebih cepat ketimbang dari website berita. Pada Twitter terdapat *trending topic* yang biasanya hal tersebut

⁷ Data diambil dari: <https://campusdigital.id/artikel/kelebihan-dan-kekurangan-twitter?ref=farisfanani>. Diakses tanggal 13 Mei 2022. Jam : 14.11 Wib.

⁸ Data diambil dari: <https://www.itworks.id/19408/demografi-pengguna-twitter-di-indonesia-paling-banyak-pria-daripada-perempuan.html>. Diakses tanggal 2 Oktober 2022. Jam : 19.00 Wib.

sedang ramai diperbincangkan. Tidak hanya untuk mendapatkan informasi *update*, Twitter juga kadang digunakan sebagai tempat untuk memposting *tweet*/kicauan baik itu kata-kata, foto dan video atau kadang digunakan sebagai tempat curhat, karena banyak beranggapan Twitter tempat yang enak untuk curhat atau mengungkapkan kata-kata. Dapat dikatakan bahwa pengguna Twitter memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dalam menggunakannya.

Oleh sebab itu maka peneliti melakukan penelitian pada media sosial Twitter, menggunakan subyek mahasiswa KPI angkatan 2018 UIN Saizu. Memilih mahasiswa KPI angkatan 2018 UIN Saizu karena mahasiswa komunikasi dianggap haus akan informasi dan berita yang sedang terjadi. Apalagi mahasiswa komunikasi mendapat mata kuliah yang membahas tentang berita. Dalam Twitter sendiri menjadi media yang cepat menyebarkan informasi yang dapat dilihat melalui *trending topic*. Lalu alasan memilih media sosial Twitter karena berbeda dengan aplikasi lainnya dan merupakan media sosial yang berbasis microblog dan juga mempunyai *fitur hastag* dan *trending topic*. Lalu berdasarkan observasi awal yang sudah dilakukan oleh peneliti untuk mencari narasumber, peneliti mendapatkan hasil dari menyebarkan google form yaitu bahwa dari 40 narasumber 27 memiliki media sosial Twitter dan 13 tidak mempunyai dari jumlah keseluruhan mahasiswa KPI angkatan 2018 yang berjumlah 133.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengangkat penelitian tentang Motif Penggunaan Media Sosial Twitter Pada Mahasiswa KPI Angkatan 2018 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

B. PENEGASAN ISTILAH

Penegasan istilah mempunyai maksud agar mengetahui fokus utama dalam penelitian dan memahami tentang penafsiran judul penelitian.:

1. Motif

Motif merupakan sebuah keinginan yang kuat untuk mencapai sebuah tujuan. Motif berada dalam diri manusia yang diwujudkan melalui perilaku sehingga menimbulkan sesuatu untuk mencapai sebuah kepuasan atau tujuan yang diinginkan.⁹ Motif yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu tentang latar belakang seseorang dalam memakai media sosial Twitter.

2. Penggunaan Media Sosial

Penggunaan berasal dari kata “guna” yang berdasarkan Poerwadarminta ialah suatu kaedah atau manfaat atau perbuatan yang memberi pengaruh. Penggunaan menurut Poerwadarminta diartikan sebagai suatu hal yang digunakan untuk kepentingan pribadi.¹⁰ Media sosial yaitu suatu kumpulan perangkat lunak yang digunakan oleh individu ataupun kelompok dengan maksud untuk berkomunikasi, mencari informasi atau sekedar mencari hiburan.¹¹ Menurut teori *uses and gratification* penggunaan media yang dilakukan oleh individu untuk memenuhi kebutuhan perorangan berlandaskan dari lingkungan sosialnya.¹²

3. Twitter

Twitter adalah salah satu jenis media sosial yang berjenis *microblogging*. *Microblogging* merupakan status jejaring sosial yang

⁹ Syarif Hidayat, “*Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri*”, Skripsi, (Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2021), hlm 6

¹⁰ Hasyim Ali Imran, “*Pola Penggunaan Media Komunikasi*, Jurnal Studi Komunikasi dan Media”, Vol17,No.1,(Jakarta: Badan Litbang SDM Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2013), hlm 3

¹¹ Dhea Nursyafitri Liani dan Nofha Rina, “*Motif Penggunaan Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @EXOind)*”, Cakrawala-Jurnal Humaniora, Vol20,No.1, E-ISSN: 2579-33314,(Bandung: Universitas Telkom, 2020), hlm 62

¹² Hasyim Ali Imran, “*Pola Penggunaan Media Komunikasi*”, Jurnal Studi Komunikasi dan Media, Vol17,No.1,(Jakarta: Badan Litbang SDM Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2013), hlm 2

dikombinasikan dengan ukuran yang lebih kecil daripada blog.¹³ Pada Twitter penggunaanya dapat menulis sekitar 240 karakter.

4. Mahasiswa Prodi KPI Angkatan 2018

Menurut KBBI Mahasiswa merupakan peserta didik yang sedang belajar di perguruan tinggi.¹⁴ Sedangkan prodi KPI menjadi jurusan yang terdapat pada Fakultas Dakwah. Jurusan KPI merupakan kepanjangan dari Komunikasi Penyiaran Islam. Pada jurusan ini mahasiswa mempelajari hal-hal tentang komunikasi, media, dan ilmu-ilmu tentang keislaman. Pada jurusan KPI angkatan terdapat 3 kelas yaitu kelas A, B, dan C, memiliki jumlah mahasiswa pada awal sekitar 133 mahasiswa dan yang aktif sekitar 118 serta 10 non aktif dan juga terdapat yang sudah lulus berjumlah 10 mahasiswa data tersebut diambil dari fakultas dakwah.

C. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana Motif Penggunaan Media Sosial Twitter Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI angkatan 2018 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri ?

D. TUJUAN

Tujuan penelitian yaitu untuk memahami motif penggunaan media sosial Twitter dikalangan mahasiswa KPI angkatan 2018.

¹³ Nia Nur Apriliani, Yuliani Rachma Putri, dan Dini Salmiyah Fithrah Ali, “PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA TWITTER @infobdg TERHADAP PENGURANGAN KETIDAKPASTIAN INFORMASI”, Jurnal Sosioteknologi, Vol.14. No.2, (Bandung: Universitas Telkom, 2015), hlm 162.

¹⁴ Data diambil dari: <https://kbbi.web.id/mahasiswa>. Diakses tanggal 27 Februari 2022. Jam: 13.17 WIB.

E. MANFAAT PENELITIAN

a. Manfaat Teoritis

- 1) Dapat memajukan wawasan atas pemakaian media sosial Twitter bagi mahasiswa.
- 2) Dapat menambah khasanah keilmuan apalagi mengenai teori *uses and gratification*

b. Manfaat Praktis

- 1) Diharapkan bagi peneliti bisa menambah pemahaman tentang Twitter dan ilmu *uses and gratification*
- 2) Diharapkan bagi orang tua agar mengetahui hal-hal yang sering diakses oleh anaknya dalam media sosial Twitter.
- 3) Diharapkan bagi masyarakat dapat mengetahui kegunaan dari Twitter yang memiliki sisi positif apalagi dalam hal informasi.

F. TELAAH PUSTAKA

Upaya yang dilakukan penulis untuk menghindari adanya kesamaan dengan penelitian lain, maka peneliti menelusuri penelitian ada pada sebelumnya di antaranya sebagai berikut :

Pertama, jurnal dengan judul “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja”, Jurnal *Communication*, Vol VIII, Nomor 1, April 2017, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta oleh Witanti Prihatiningsih. Latar belakang pada penelitian ini yaitu ketika banyak remaja yang menghabiskan waktunya untuk menggunakan media sosial intagram seperti mengunggah foto atau video, berkomentar dll. Dari latar belakang tersebut maka peneliti ingin memahami kebutuhan media sosial instagram pada remaja dan apa saja yang didapatkan. Dekriptif kualitatif menjadi metode yang dipilih pada penelitian tersebut. Dari

penelitian tersebut mendapatkan hasil yaitu terdapat kebutuhan penggunaan media seperti kebutuhan kognitif yang hasilnya bahwa instagram dapat menambah pengetahuan salah satu contohnya yaitu tentang pemilihan kepala daerah DKI Jakarta, kebutuhan afektif seperti remaja dapat mengekspresikan dirinya, kebutuhan integrasi personal yaitu dengan adanya instagram dapat mengetahui personal seseorang atau identitas dengan yang dapat dilihat dari akun instagram, integrasi sosial seperti dapat berkomunikasi dengan orang lain, hiburan seperti menggunakan instagram untuk menghibur diri dari aktivitas sehari-hari.¹⁵ Persamaannya yaitu membahas motif penggunaan media sosial. Perbedaan terletak pada media yang dipakai.

Kedua, jurnal dengan judul “Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED”, Jurnal Interaksi, Nomor 1. Vol 2, Januari 2018, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh M. Fachri Syahreza dan Irwan Syari Tanjung. Latar belakang pada penelitian ini yaitu karena banyaknya mahasiswa yang memakai media sosial instagram dan dari banyaknya yang menggunakan instagram lalu terbentuk sebuah pola. Kuantitatif menjadi metode yang digunakan pada penelitian tersebut. Dari penelitian tersebut mendapatkan hasil yaitu kebanyakan mahasiswa menggunakan instagram untuk hiburan atau mencari kesenangan.¹⁶ Persamaannya yaitu membahas tentang motif penggunaan media sosial. Perbedaan terletak pada media yang dibahas pada penelitian menggunakan Twitter sedangkan pada jurnal menggunakan instagram, penelitian tersebut memakai metode kuantitatif sementara penelitian ini memakai metode kualitatif, dan penelitian tersebut menggunakan

¹⁵ Witanti Prihatiningsih, “*Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja*”, Jurnal Communication, Vol VIII, Nomor 1, (Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional, 2017)

¹⁶ M. Fachri Syahreza dan Irwan Syari Tanjung, “*Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED*”, Jurnal Interaksi, Nomor 1. Vol 2, (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018)

mahasiswa unimed sedangkan penelitian ini menggunakan mahasiswa KPI angkatan 2018 Uin Saizu.

Ketiga jurnal dengan judul “Penggunaan Komunikasi Media Sosial Twitter di Kalangan Remaja di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor” JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol.10 .No.3, 2021, ISSN.2442-6962, 2021, Universitas Kristen Indonesia oleh Cicilia Afrilia Damayanti Simbolon dan Chontina Siahaan. Latar belakang dalam penulisan jurnal tersebut yaitu untuk mengetahui motif penggunaan media sosial Twitter di kalangan remaja kecamatan cibinong, karena semakin berkembangnya zaman dalam mengakses media sosial akan cepat dan mudah, hal tersebut memiliki dampak apabila tidak digunakan dengan baik. Pendekatan kualitatif menjadi metode yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian jurnal tersebut para remaja menggunakan media sosial Twitter yaitu untuk mencari informasi dan berita *up to date*, selain itu juga digunakan untuk berkomunikasi dengan teman *mutual/virtual*, sebagai tempat berjualan, dan juga untuk tempat mengekspresikan diri. ¹⁷Persamaan nya terletak pada metode penelitian memakai metode kualitatif dan media sosial Twitter. Perbedaan terletak pada subjek, pada penelitian tersebut memakai remaja cibinong sementara penelitian ini menggunakan mahasiswa KPI.

Keempat, skripsi dengan judul “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya” oleh Irvi Khuriaturrosidah, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya (2019). Latar belakang dari skripsi tersebut yaitu karena banyak yang memakai media sosial

¹⁷ Cicilia Afrilia Damayanti Simbolon dan Chontina Siahaan, “*Penggunaan Komunikasi Media Sosial Twitter di Kalangan Remaja di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor*”, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol.10 .No.3, 2021, ISSN.2442-6962, (Jakarta: Universitas Kristen Indonesia, 2021)

instagram dan memiliki latar belakang yang berbeda dalam menggunakannya. Pendekatan fenomenologi menjadi metode yang digunakan pada skripsi tersebut. Hasil dari penelitian skripsi tersebut yaitu terdapat empat motif yang dihasilkan yaitu motif untuk menemukan informasi, motif meningkatkan kepercayaan diri, motif interaksi sosial, dan motif mengisi waktu luang.¹⁸ Persamaan membahas tentang motif penggunaan media sosial. Perbedaan terletak pada subjek, pada skripsi tersebut menggunakan mahasiswa UIN Sunan Ampel sedangkan penelitian ini menggunakan mahasiswa UIN Saizu, metode penelitian tersebut menggunakan fenomenologi sedangkan penelitian ini memakai kualitatif deskriptif.

Kelima, skripsi judul “Motif Penggunaan dan Interaksi Sosial Di Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fishum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)” oleh Dosi Aprilianda Palewa, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2013). Latar belakang penelitian skripsi tersebut yaitu karena peneliti tertarik dengan pengguna yang memakai media sosial Twitter sebenarnya hal apa saja yang mereka lakukan ketika menggunakan Twitter. Penelitian kualitatif menjadi metode yang digunakan pada skripsi tersebut. Penelitian tersebut memberikan hasil bahwa mahasiswa menggunakan Twitter untuk eksistensi diri agar tidak ketinggalan zaman.¹⁹ Persamaannya yaitu menggunakan media sosial twitter sebagai objek. Menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terdapat pada subjek penelitian.

¹⁸ Irvi Khuriaturrosidah, “*Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya*”, Skripsi, (Surabaya: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya, 2019)

¹⁹ Dosi Aprilianda Palewa, “*Motif Penggunaan dan Interaksi Sosila Di Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fishum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*”, Skripsi, (Yogyakarta, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora UIN Sunan Kalijag a Yogyakarta, 2013)

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Adapun sistematika penulisan ini terdiri dari 5 bab, yakni :

BAB I Pendahuluan, yang terdiri dari: Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Telaah Pustaka, dan Sistematika Penulisan.

BAB II Kajian Teori, terdiri dari: Teori Hirarki Kebutuhan, Teori *Uses And Gratification*, *New Media*, Media Sosial, dan Twitter.

BAB III Metode Penelitian, yang terdiri dari: Pendekatan dan Jenis Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, dan Analisis Data.

BAB IV Penyajian Data dan Analisis Data, yang terdiri dari: Gambaran Umum Mahasiswa KPI Angkatan 18 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri, Penyajian Data dengan Analisis Data, Pembahasan.

BAB V Penutup, yang terdiri dari: Kesimpulan dan Saran.



BAB II

KERANGKA TEORI

A. TEORI KEBUTUHAN

Teori hirarki kebutuhan adalah salah satu teori yang menjelaskan tentang kebutuhan manusia dengan memiliki sebuah tingkatan yang dikemukakan oleh Abraham Maslow. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa Hirarki kebutuhan adalah teori yang melatar belakangi atau motivasi manusia dalam membagikan kebutuhan manusia berdasarkan tingkatan atau hirarki dan teori motivasi manusia yang dihubungkan kebutuhan-kebutuhan dengan perilaku umum. Menurut Maslow seseorang akan melakukan tindakan ketika dirinya membutuhkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhannya yang sesuai dengan waktu, keadaan dan pengalaman dirinya dalam mengikuti suatu hirarki.

²⁰ Teori kebutuhan hirarki merupakan bagian dari teori motivasi.

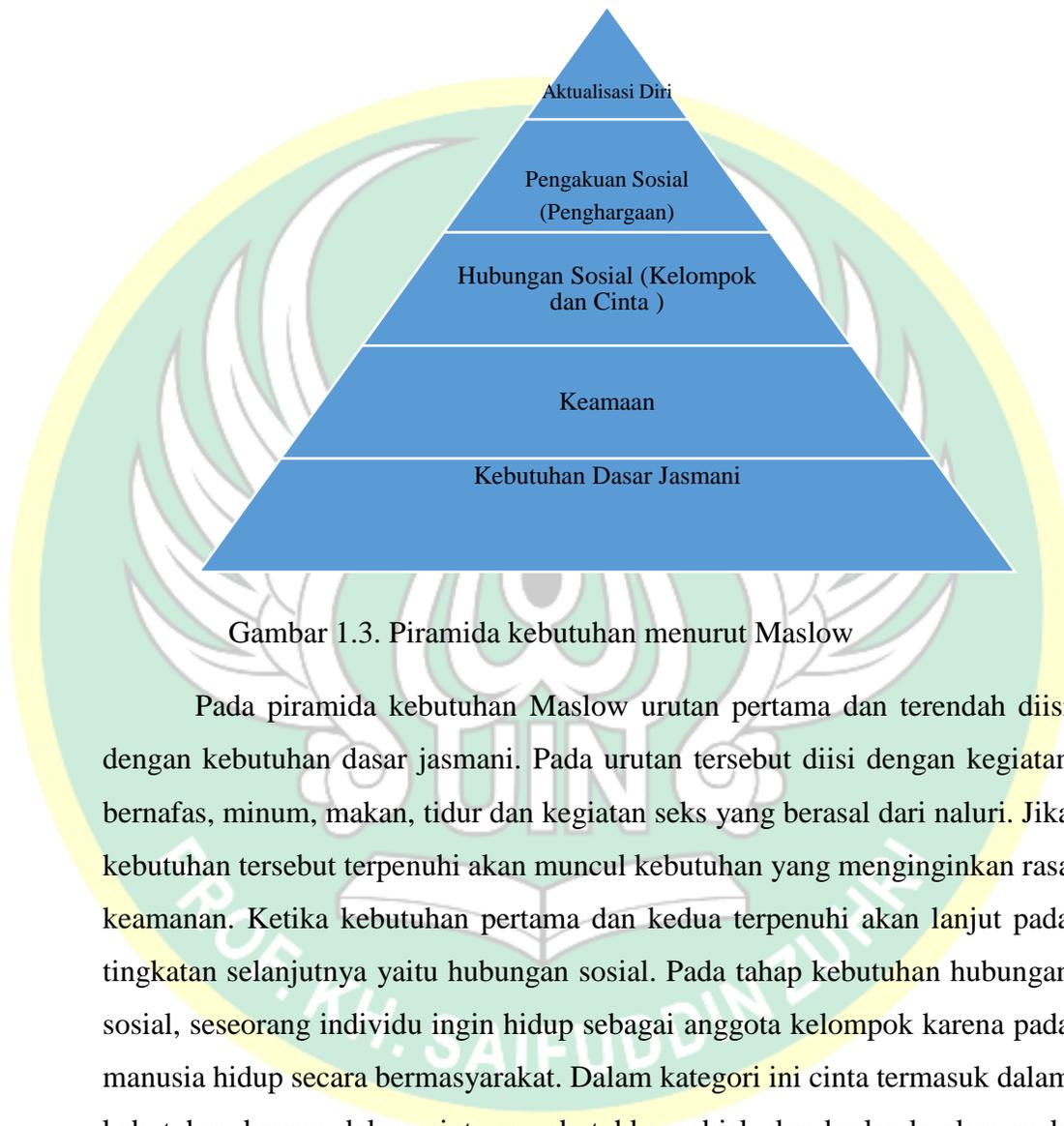
Dalam teori tersebut menjelaskan bahwa dalam mencapai kepuasan kebutuhan, seseorang harus melewati tahapan, walaupun sudah melewati beberapa tahapan namun jika tahapan yang berada dibawah tidak mengalami kepuasan, seseorang tersebut akan kembali pada tahapan yang belum terpuaskan sampai memperoleh kepuasan yang dikehendaki.²¹

Pada tahun 1954 teori pemuasan kebutuhan Maslow disempurnakan dan diperpanjang oleh teori *uses and gratification*. Kebutuhan manusia dibagi menjadi 5 yang dibentuk seperti piramida hal tersebut dibagikan menurut Maslow yang dimulai dari aktualisasi diri, pengakuan sosial (penghargaan),

²⁰ Muhibbin dan Marfuatun, "Urgensi Teori Hierarki Kebutuhan Maslow Dalam Mengatasi Prokrastinasi Akademik Di Kalangan Mahasiswa", *Educatio: Jurnal Ilmu Kependidikan*, Vol.15, No.2, e-ISSN: 2527-9998, (Yogyakarta: Universitas Hamzawadi, 2020), hlm 72

²¹ Humaizi, *Uses And Gratifications Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm. 5

hubungan sosial (kelompok dan cinta), keamaan, dan kebutuhan dasar jasmani.²²



Gambar 1.3. Piramida kebutuhan menurut Maslow

Pada piramida kebutuhan Maslow urutan pertama dan terendah diisi dengan kebutuhan dasar jasmani. Pada urutan tersebut diisi dengan kegiatan bernafas, minum, makan, tidur dan kegiatan seks yang berasal dari naluri. Jika kebutuhan tersebut terpenuhi akan muncul kebutuhan yang menginginkan rasa keamanan. Ketika kebutuhan pertama dan kedua terpenuhi akan lanjut pada tingkatan selanjutnya yaitu hubungan sosial. Pada tahap kebutuhan hubungan sosial, seseorang individu ingin hidup sebagai anggota kelompok karena pada manusia hidup secara bermasyarakat. Dalam kategori ini cinta termasuk dalam kebutuhan karena dalam cinta membutuhkan objek dan berlandaskan pada hubungan sosial. Setelah melewati ketiga tahap akan muncul tahap pengakuan sosial dan aktualisasi diri. Tahap pengakuan sosial berkaitan dengan rasa percaya diri bisa lebih hebat dari orang lain, memiliki keyakinan akan

²² Humaizi, *Uses And Gratifications Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm. 6

kemampuan diri sendiri. Bukti dari kemampuan diri sendiri yaitu seperti bukti penghargaan, mendali dan gelar. Jika manusia sudah berada pada titik tersebut, sesungguhnya orang tersebut sudah maju walaupun belum mencapai pada tujuan. Dari hal tersebut maka kebutuhan yang kelima berperan yaitu aktualisasi diri.²³

Dari penjelasan diatas dapat dijelaskan bahwa teori kebutuhan Maslow merupakan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan oleh manusia itu sendiri. Lalu dari teori kebutuhan Maslow mengalami perkembangan dan diperpanjangan yang menghasilkan tentang kebutuhan manusia terhadap media yang dijelaskan pada teori *uses and gratification*.

B. TEORI USES AND GRATIFICATION

Herbert Blumer dan Elihu Katz menjadi orang pertama yang memperkenalkan teori *uses and gratification*. Pada bukunya yang berjudul *The Uses on Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research* teori tersebut pertama kali dikenalkan pada tahun 1974. Dalam teori *uses and gratification* yang dikemukakan oleh Blumer dan Katz mengatakan bahwa pengguna memiliki kedudukan yang aktif dalam memakai dan memilih media. Dalam hal lain, pengguna media yang aktif dapat dikatakan pengguna aktif karena pihak tersebut memiliki keaktifan dalam proses komunikasi. Pengguna yang aktif akan menggunakan medianya agar kebutuhannya terpenuhi dan juga mencari sumber-sumber yang terpercaya. Artinya, bahwa pengguna dapat memilih jalan lain agar kebutuhannya dapat terpenuhi dan memuaskan yang sesuai dengan teori *uses and gratification*.²⁴

²³ Humaizi, *Uses And Gratifications Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm. 6-7

²⁴ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm 191-192

Menurut teori *uses and gratification* memfokuskan seseorang dalam memandang media massa. Artian dalam hal tersebut yaitu bahwa manusia memiliki kebebasan dan wewenang dalam memakai media. Menurut Blumer dan Katz mengatakan setiap orang mempunyai banyak alasan dalam memakai media. Berdasarkan pendapat pada teori *uses and gratification* juga mengatakan bahwa khalayak mempunyai kebebasan saat menentukan media dan bagaimana dampak tersebut pada khalayak.²⁵

Dalam teori *uses and gratification* menerangkan bahwa kapan waktu audiensi menjadi aktif atau kurang aktif saat memakai media sosial dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media tersebut. Menurut cara pandang teori tersebut bahwa audien memiliki kedudukan yang aktif dalam hal proses komunikasi, tetapi setiap audien memiliki keaktifan berbeda-beda. Seseorang dalam menggunakan media dilatar belakang oleh tujuan dan kebutuhan dari masing-masing individu.²⁶

Terdapat 5 asumsi dasar teori *uses and gratification* yang dikemukakan oleh Katz, Blumer dan Gurevitch (1974) orang yang mengembangkan teori *uses and gratification*.²⁷

- a. Audiensi aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media
- b. Audiensi memiliki ide dalam memperoleh kepuasan media
- c. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain
- d. Dalam menggunakan media audiensi sadar terhadap ketertarikan motif, dan penggunaan media
- e. Dalam menilai isi media di tentukan oleh audien

²⁵ Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm 192

²⁶ Morrisian, Teori Komunikasi Massa Individu Hingga Massa, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hlm 509

²⁷ Ibid, hlm. 509

Dalam memakai media audien mempunyai berbagai alasan dan usaha. Terdapat empat alasan audien memakai media hal tersebut diutarakan oleh McQuail dan rekan (1972) :²⁸

1. Pengalihan (*diversion*), adalah menghindarkan dari aktivitas yang biasanya dilakukan pada setiap hari. Ketika telah letih dengan aktivitas sehari-hari seseorang membutuhkan media pengalihan dari aktivitas tersebut.
2. Hubungan personal, yaitu dalam menggunakan media dapat mencari teman atau menggantikan teman.
3. Identitas personal, yaitu menjadi salah satu cara menguatkan nilai-nilai pada diri sendiri. Contohnya ketika seorang murid yang sedang belajar agar dapat lebih konsentrasi maka murid tersebut akan mendengarkan musik dari radio.
4. Pengawasan (*surveillance*), adalah ketika mendapatkan informasi yang berasal dari media dapat meringankan dalam mendapatkan tujuan tertentu.. Contoh, ketika seseorang melihat acara televisi tentang agama untuk dapat mengetahui agama lebih baik.

Dalam buku *Men, Women, Message and Media* pada tahun 1980 yang ditulis oleh Schramm dan Potter memberikan tentang bekerjanya teori *uses and gratification*.

Janji imbalan	
—————	= probabilitas seleksi
Upaya yang diperlukan	

Gambar 1.4. Model teori *uses and gratification* menurut Schramm dan Potter

²⁸ Morrison, Teori Komunikasi Massa Individu Hingga Massa, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hlm. 510

Arti dari imbalan tersebut yaitu ketika imbalan yang diberikan dapat diterima atau ditunda. Yang artinya imbalan untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Contohnya seperti, ketika seseorang menonton acara televisi, setiap orang memiliki alasan dalam memilih acara yang ingin ditonton seperti alasan bahwa acara tersebut dapat memberikan dan memuaskan kebutuhan hiburan atau informasi. Terdapat berbagai cara agar kebutuhan dapat terpenuhi namun cara tersebut tergantung pada mau atau tidaknya media dalam memenuhi kebutuhan dan memanfaatkan media nya. Jika kita membagi janji imbalan dengan cara yang diperlukan, maka akan mendapatkan probabilitas seleksi dari media massa tertentu.²⁹

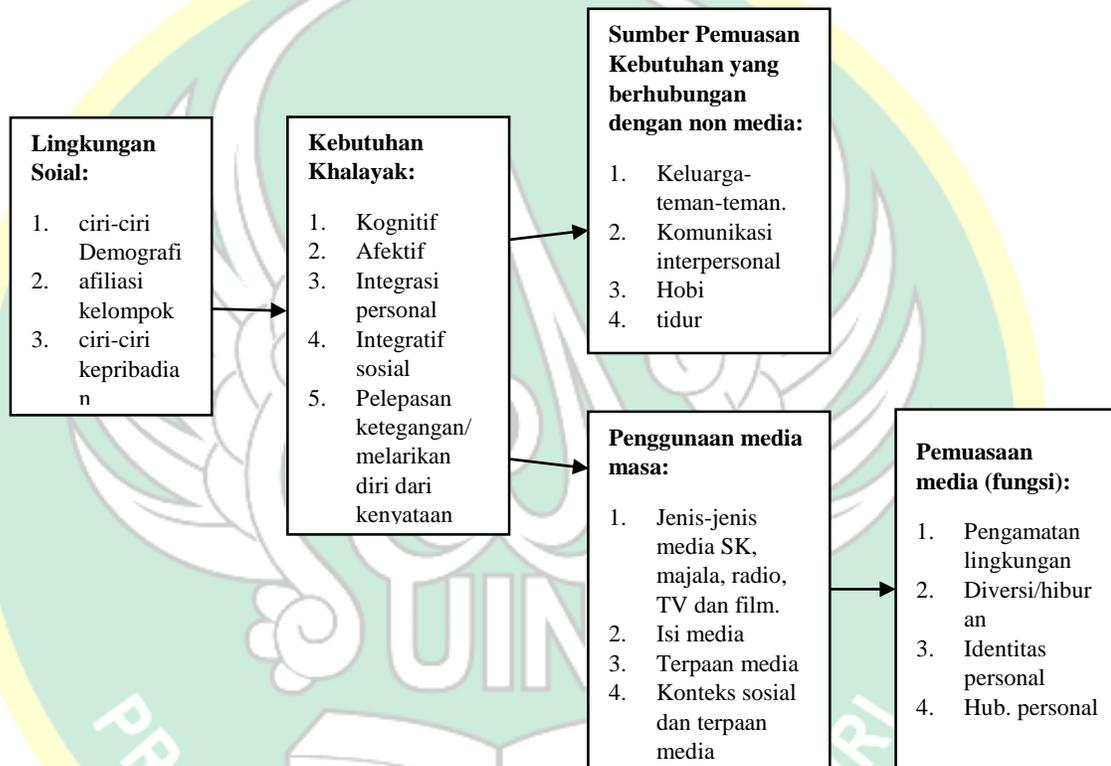
Dengan melihat orang tersebut memanfaatkan media (*uses*) dan kepuasan yang didapat (*gratification*) maka seseorang dapat mengetahui interaksi orang lain terhadap media. Manfaat yang diperoleh dari hal tersebut yang bersifat umum yaitu memperoleh informasi, pelarian dari rasa khawatir, menghilangkan rasa kesepian, mendapatkan dukungan emosional, dan kontak sosial.³⁰

Kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan memberikan informasi pengetahuan atau pemahaman tentang lingkungan disekitarnya. Jadi adanya kebutuhan ini karena adanya rasa ingin tahu terhadap lingkuannya dan sesuatu yang sedang terjadi. **Kebutuhan afektif** yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan hal-hal yang menyenangkan, emosional, dan pengalaman yang estetis. **Kebutuhan pribadi secara integratif** yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan status individu seperti kredibilitas, stabilitas dan kepercayaan terhadap individu. **Kebutuhan sosial secara integratif** yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan teman, keluarga, atau

²⁹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm

³⁰Ibid, hlm. 193

orang lain agar terjalin hubungan yang lebih erat. **Kebutuhan pelepasan** yaitu kebutuhan yang berhubungan untuk menghindari tekanan, ketegangan dan keinginan yang bermacam-macam. Cara kerja teori *uses and gratification* dapat dilihat pada gambar 2.1³¹



Gambar 2.1. Bagan teori *uses and gratification* dalam buku Nurudin yang berjudul Pengantar Komunikasi Massa

Kebutuhan penggunaan media yang telah dijelaskan diatas merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan motif seseorang dalam menggunakan media. Oleh sebab itu maka peneliti memakai teori *uses and gratification* sebagai teori yang digunakan untuk meneliti tentang motif penggunaan media sosial di

³¹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm 195-196

kalangan mahasiswa KPI angkatan 2018 Universitas Islam Negeri K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

C. *NEW MEDIA*

Pada akhir abad 20-an internet mulai berkembang atau disebut dengan new media ditandai dengan kemunculan komputer, digital, atau jaringan teknologi informasi. *New media* yang terjadi pada tahap *web 2.0 (web two point-o)*, tahap tersebut dikatakan bahwa semua orang sudah banyak yang berinteraktif dan menjadi area untuk semua orang hal tersebut terjadi pada tahun 2000an. Dalam era *new media* semua orang dapat mengambil peran nya pada era tersebut. Semakin berkembangnya *web 2.0* sebagai platform maka telah membuka perkembangan pada dunia web dan mengembangkan pengguna media. Namun berbeda dengan halaman *web 1.0* yang hanya dapat mengunduh informasi karena masih berbasis dengan konsumsi media penyiaran. Lalu pada *web 2.0* dapat menjadi pembuat otonom. *Youtube, Blog, Ebay Flickr*, situs jejaring sosial online (*facebook, twitter, instagram, snapchat*) dan lainnya, membolehkan bagi pengguna media memiliki pengalaman dalam siaran. *Web 2.0* menjadi sangat penting karena sebagai media siar yang dapat menghasilkan sebuah konteks hubungan sosial secara cepat nasional maupun internasional.³²

Digital merupakan bentuk teknologi pada media baru, terkadang memiliki karakteristik yang bisa dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif, dan tidak memihak. *New media* dapat dijelaskan secara sederhana bahwa media dapat terbentuk karena terdapat hubungan antar manusia dengan komputer dan smartphone dengan internet secara khusus. Isi dalam internet tersebut meliputi *web, blog, online social network, online forum* dan lain-lain dan komputer sebagai medianya. Dapat dikatakan bahwa *New media*

³² Humaizi, *Use And Gratifications Theory*, (Medan: USU Press, 2018), hlm. 85

merupakan sebuah media yang memberikan layanan agar pengirim dan penerima saling berinteraksi.³³

Adanya sebutan *new media* karena munculnya kemajuan teknologi komputer dan internet. Kata *new media* berawal dari kata “*new*” yang memiliki arti baru dan “*media*” mempunyai arti sebagai benda yang difungsikan sebagai alat untuk memberikan pesan kepada penerima. Kemunculan *new media* sebagai konvergensi antara media baru dan media lama. Keunggulan yang dimiliki *new media* yaitu mempunyai sifat *realtime* yang artinya dapat mengakses informasi dengan mudah selain itu juga memiliki layanan yang cepat, selama tersambung dengan jaringan internet informasi akan mudah didapatkan.³⁴

McQuail dalam Andrianto yang dikutip oleh Yesi Puspita menjelaskan tentang ciri-ciri utama tentang perbedaan antara media baru dan media lama (konvensional) berdasarkan pandangan pengguna:³⁵

1. *Interractivity*, dijelaskan dengan rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap “tawaran” dari sumber/pengirim pesan.
2. *Social presence (sociability)*, dialami oleh pengguna, *sense of personal contact* dengan orang lain yang dapat diciptakan melalui penggunaan medium. Media richness: media (baru) dapat menghubungkan adanya perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka dan lebih personal.
3. *Autonomy*, pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan dapat menggunakannya dan bersifat independen terhadap sumber.
4. *Playfulness*, dimanfaatkan untuk hiburan dan kenikmatan

³³ Yesi Puspita, “Pemanfaatan New Media Dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay”, Jurnal Pekommas, Vol.18, No. 3, (Padang: Universitas Andalas, 2015), hlm 206

³⁴ Ibid, hlm. 206

³⁵ Ibid, hlm. 206

5. *Privacy*, diasosiasikan dengan penggunaan medium dan atau isi yang dipilih
6. *Personalization*, memiliki sebuah tingkatan pada isi dan penggunaan media yang bersifat personal dan unik.

Internet merupakan bagian dari media baru, dalam menggunakan media tersebut harus diperhatikan karena mempunyai efek negatif yang harus dihindari. Oleh karena itu penggunaan media khususnya internet juga turut dibarengi dengan tanggung jawab bagi pengguna. Tidak hanya efek negatif namun juga terdapat efek positif yang didapat dari penggunaan new media, seperti dapat merubah pola pikir masyarakat, pola kehidupan, dan juga budaya masyarakat. Seperti mendapatkan pemenuhan informasi, hiburan, identitas pribadi, integritas dan interaksi sosial.³⁶ Pada penelitian ini menggunakan salah satu dari media baru, yaitu media sosial.

D. MEDIA SOSIAL

Media sosial berasal dari dua kata yaitu media dan sosial, yang masing-masing kata tersebut memiliki pengertian berbeda-beda. Menurut Laughey dan McQuail yang dikutip Rulli Nasrullah dalam bukunya *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* mengatakan bahwa media merupakan alat komunikasi yang sudah diartikan sejak dahulu. Namun pengertian media lebih mengarah kepada massanya karena sifat yang dimilikinya dan juga karena sering muncul pada komunikasi massa. Namun, semua pengertian memiliki arah yang sama ketika disebutkan kata “media”, karena yang muncul dengan kata media adalah sarana yang disertai teknologinya. Menurut Meyrowitz, Moores, dan William mengartikan bahwa ketika melihat media memang dipandang dari bentuk dan teknologi namun

³⁶ Syarif Hidayat, “Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Fakultas Dakwah UIN Prof.K.H Saifuddin Zuhri”, *Skripsi*, (Purwokerto: UIN Saifuddin Zuhri, 2021), hlm 16

terlepas dari hal tersebut, ungkapan kata “media” dapat dipahami dengan proses komunikasi itu sendiri. Objek, organ dan medium menjadi yang diperlukan dalam proses komunikasi.³⁷

Kata “sosial” dalam media sosial secara teori mengarah ke ranah sosiologi. Menurut Fuchs terdapat beberapa pertanyaan dasar mengenai kata sosial, seperti informasi dan kesadaran. Terdapat pertanyaan dasar, apakah individu itu adalah manusia yang memiliki karakter atau ketika individu tersebut melakukan sebuah interaksi baru dikatakan sosial. Apalagi pada teori sosiologi menjelaskan media merupakan bagian dari sosial hal tersebut karena pada media menjadi komponen pada masyarakat yang diwakilkan pada bentuk teknologi yang digunakan oleh masyarakat.³⁸

Dapat disimpulkan bahwa definisi media sosial menurut Rulli Nasrullah adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna dapat mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Dijelaskan bahwa keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial seperti pengamalan, komunikasi, dan kerja sama dapat disamakan dengan cara kerja komputer yang membentuk sistem seperti sitem yang ada diantara masyarakat atau individu. Terdapat beberapa pengertian media sosial dari berbagai literatur:³⁹

- a. Menurut Mandibergh mengatakan bahwa media sosial adalah media adalah sebagai untuk bekerjasama antar pengguna yang menghasilkan suatu konten.

³⁷ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm 3

³⁸ Ibid, hlm. 6

³⁹ Ibid, hlm. 11

- b. Menurut Shirky adalah media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, bekerja sama, di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
- c. Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

1. Karakteristik Media Sosial

Media sosial menjadi salah satu program yang tumbuh pada media sibre. Oleh sebab itu, karakteristik yang dimiliki oleh media siber tidak jauh berbeda dengan karakteristik dari media sosial. Walaupun karakteristik yang terdapat pada media siber dapat dilihat pada media sosial, namun karakteristik yang dimiliki media sosial tidak dapat dimiliki oleh jenis media siber yang lain. Media sosial memiliki ciri khusus yang tidak dipunyai oleh media lain. Terdapat 6 karakteristik yang dimiliki oleh media sosial:⁴⁰

a. Jaringan (*network*)

Kata “jaringan” (*network*) biasa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. Dalam proses komunikasi yang terjadi pada komputer harus terdapat jaringan agar hubungan antar komputer dapat berjalan dengan baik. karena pada proses tersebut terdapat perpindahan data.

Jaringan sosial menjadi karakter yang terdapat pada media sosial. Didalam jaringan atau internet struktur sosial dapat terbentuk dari hal tersebut maka dapat terbentuk media sosial. Namun yang sebelumnya

⁴⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm 15-31

ditekankan oleh Castells (2002), dalam struktur atau organisasi sosial terbentuk di internet yang bersumber dari jaringan sosial yang pada dasarnya beroperasi mengikuti teknologi informasi dalam mikroelektronik. Terdapat jaringan yang terbentuk dari pengguna (*users*), secara teknologi jaringan tersebut ditengahi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau tablet.

Karakter media sosial adalah agar antar pengguna dapat terjalin. Adanya media sosial sangat berguna bagi pengguna agar saling terhubung antar satu sama lain dalam sebuah sistem teknologi, walaupun antar pengguna saling mengenal atau tidak pada dunia nyata (*offline*). Karena satu sama lain saling terhubung maka akan terbentuk sebuah komunitas dari jaringan tersebut, lalu dari komunitas akan muncul nilai-nilai pada masyarakat, hal tersebut sesuai dengan ciri-ciri masyarakat pada teori-teori sosial.

b. Informasi (*information*)

Informasi menjadi hal yang penting pada media sosial. Pada media sosial para pengguna dapat mengenalkan identitasnya, membuat konten, dan berinteraksi berdasarkan informasi hal tersebut tidak terdapat pada media internet lainnya. Apalagi, informasi menjadi hal utama yang dalam masyarakat informasi (*information society*). Terdapat 5 karakteristik dasar informasi dan kemunculan teknologi yang semakin masuk dalam segi-segi kehidupan hal tersebut dikemukakan oleh Castells:

- a. Informasi merupakan bahan baku ekonomi
- b. Adanya teknologi informasi memberikan pengaruh pada masyarakat atau individu.
- c. Teknologi informasi memberikan kemudahan pada pengelolaan informasi yang memungkinkan logika jaringan yang diterapkan pada institusi maupun proses ekonomi.

- d. Jika teknologi informasi dan logika jaringan diterapkan, akan memunculkan kemudahan pada proses organisasi, dan lembaga ekonomi yang mudah dibentuk dan terus menerus diciptakan.
- e. Pada teknologi inividu telah mengecil menjadi suatu sistem yang terpadu.

c. Arsip (*archive*)

Karakter media sosial selanjutnya yaitu arsip, pada hal ini pengguna dapat menyimpan informasi yang berasal dari media sosial dan dapat diakses kapan saja dan diperangkat mana saja. Setiap informasi yang diunggah akan tersimpan, informasi tidak akan hilang seiring berjalannya waktu. Contoh ketika menerima pertemanan pada Facebook, pada saat itu juga dapat mengakses terhadap informasi pengguna dengan pengguna lain. ketika mengakses pemilik akun dapat menemukan berbagai informasi seperti data pribadi, waktu bergabung dengan facebook, foto pemilik akun, tempat yang dikunjungi hingga teman yang diikuti sehingga membuat pertemanan pada jaringan virtual.

d. Interaksi (*interactivity*)

Jaringan antar pengguna terbentuk menjadi salah satu karakter pada media sosial. Pada jaringan ini akan menambah pertemanan secara luas dengan pengikut selain itu juga terdapat interaksi antar para pengguna. Contoh dari interaksi sederhana seperti saling memberi *like* atau mengomentari postingan yang telah diunggah.

Menurut kajian media interaksi menjadi perbedaan antara media lama dan media baru. David Holmes (2005) mengatakan konteks tentang hal tersebut bahwa pada media lama cenderung khalayak memiliki sifat yang tidak aktif atau pasif dan tidak saling berinteraksi sehingga tidak

mengenal satu sama lain, sedangkan pada media baru para penggunanya saling berinteraksi satu sama lain dengan baik.

e. Simulasi (*simulation*) Sosial

Dunia virtual menjadi tempat terjadinya simulasi sosial. Dalam dunia media sosial terdapat hal unik dan pola kasus tertentu yang tidak dapat ditemukan pada masyarakat yang nyata. Misalnya seperti, masyarakat yang menggunakan media sosial dapat dikatakan dengan warga negara digital karena memiliki landasan terbuka dan tidak memiliki batasan.

f. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Konten oleh pengguna atau disebut dengan user generated content merupakan karakteristik media sosial selanjutnya. Karakteristik ini menjelaskan bahwa isi konten-konten yang terdapat dalam media sosial adalah milik pengguna yang sudah membuat konten tersebut. Contohnya yaitu youtube sebagai media sosial yang kontennya mengunggah video, pada youtube tersebut memberikan sarana dapat membuat chanel. Orang yang memiliki chanel adalah orang yang mempunyai akun tersebut. Ketika pemilik akun sudah mempunyai akun, pemilik dapat mengunggah video sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pemilik *chanel*.

2. Jenis-Jenis Media Sosial

Liputan media dan kajian literatur menjadi sumber utama munculnya pembagian dari jenis-jenis media sosial. Pembagian jenis-jenis media sosial ada yang berdasarkan model jaringan yang terbentuk, karakteristik penggunaannya, hingga berdasarkan file atau berkas yang disebarkan antar pengguna. Terdapat 6 jenis-jenis media sosial:⁴¹

a. Media jejaring social (*social networking*)

⁴¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm 39-46

Jenis media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat yaitu jejaring sosial. Pada jenis media ini memiliki sarana sehingga pemakainya dapat saling terhubung sehingga menimbulkan hubungan sosial, munculnya dunia virtual menjadi efek dari munculnya hubungan sosial. Situs jaringan sosial memiliki sebuah karakter utama yaitu bagi para pengguna dapat membuat sebuah pertemanan baik itu teman yang dikenal secara nyata ataupun teman baru. Facebook menjadi contoh dari media jejaring sosial.

b. Jurnal online (*blog*)

Jenis media sosial selanjutnya yaitu blog, pada jenis ini pengguna dapat mengunggah aktivitasnya, berkomentar satu sama lain, berbagi link, tautan atau informasi lainnya. Jorn Berger menjadi orang yang memperkenalkan blog pada tahun 1977, namun pada awalnya istilah blog berawal dari kata “*weblog*” yang mengarah pada jurnal pribadi online. Awal mulanya blog hanya dimiliki oleh situs pribadi dan berisikan tentang kumpulan tautan dari situs satu ke situs lain yang dianggap menarik dan akan diperbarui pada setiap harinya, namun pada perkembangannya *blog* banyak diisi dengan jurnal pemilik media dan sudah terdapat fitur komentar yang bisa diisi oleh pengunjung *blog*.

Blog memiliki karakter lain pada penggunaannya yaitu pribadi dan konten yang diunggah oleh pemilik *blog* tersebut. Pada awalnya penggunaan blog hanya digunakan atau dikelola secara individu, namun sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan banyak perusahaan yang menggunakan *blog*. Adapun konten yang dimiliki oleh individu-individu hanya berisi pengalaman pemilik *blog*, sedangkan *blog* pada perusahaan berisi konten tentang perusahaan.

c. *Microblogging*

Jenis *microblogging* dengan jurnal online atau blog tidak jauh berbeda, *microblogging* adalah jenis media sosial yang penggunanya dapat menulis dan mengunggah aktivitas sehari-hari serta berpendapat. Namun pada twitter hanya dapat menulis 140 karakter. Tidak berbeda dengan media sosial lain, pengguna twitter dapat berhubungan sosial dengan pengguna lain, menyebarkan informasi, memberikan pendapat atau pandangan pengguna lain, hingga dapat membahas tentang isu yang sedang banyak diperbincangkan hal tersebut dapat dilihat dengan tagar (*hashtag*).

d. Media Berbagi (*Media Sharing*)

Media saring atau situs berbagi media memiliki kegunaan untuk membagikan video, audio, dokumen gambar dll. Beberapa contoh dari media sharing adalah youtube, flickr, photo bucket, atau snapfish.

e. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Jenis media sosial yang selanjutnya yaitu *social bookmarking*, media tersebut memiliki fungsi yaitu dapat mengelola, menyimpan, mengornasasi dan mencari informasi baik secara online ataupun offline. Dalam menyuguhkan informasi tidak berbentuk berita yang penuh melainkan hanya menampilkan foto, video, teks namun setelahnya akan terdapat tautan mengenai informasi yang dituju. Beberapa situs social bookmarking yang populer adalah Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, dan untuk Indonesia terdapat LintasMe.

f. Media Konten Bersama (Wiki)

Konten bersama bisa disebut dengan wiki. Pada jenis media sosial ini konten yang dihasilkan berasal dari gabungan pengguna lain. Dalam praktiknya konten-konten yang berasal dari wiki adalah hasil

pengerjaan pengunjung wiki. Artinya dalam pengerjaan situs ini para pengunjung saling bekerja sama agar konten yang terdapat dalam wiki terisi.

Menurut data dari *We are social* bahwa pengguna media sosial di Indonesia dari jumlah masyarakat Indonesia sebanyak 274,9 jiwa, sekitar 170 juta penduduk aktif menggunakan media sosial. Pada Januari 2021 sekitar 61,8 persen masyarakat Indonesia menggunakan media sosial. Hal tersebut meningkat dibandingkan tahun lalu sekitar 10 juta atau 6,3 persen. Negara Indonesia menjadi negara dengan tingkat kecanduan media sosial tinggi karena masuk dalam 10 negara yang memiliki kecanduan media sosial. Dari 47 negara yang dianalisis Indonesia masuk pada peringkat sembilan. Dari hasil laporan pengguna di Indonesia menghabiskan waktu kurang lebih untuk menggunakan *WhatsApp* yaitu sekitar 30,8 jam per bulan, *Facebook* 17 Jam per bulan, *Instagram* 17 jam per bulan, *Tik Tok* 13,8 jam per bulan, lalu *Twitter* 8,1 jam per bulan.⁴² Maka dari hasil tersebut, sangat menarik untuk dikaji lebih dalam apalagi media sosial Twitter menjadi salah satu media sosial dengan jenis microblogging dan juga termasuk dalam media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat.

E. TWITTER

Pada abad 21 muncul sebuah pembaharuan dalam bidang teknologi komunikasi salah satunya yaitu Twitter. Twitter merupakan media sosial yang masuk dalam kategori microblogging, namun dalam penggunaannya Twitter tidak dianggap sebagai media sosial namun dianggap sebagai penyedia layanan media sosial. Menurut Rachel Anatasya yang mengutip Suzy Azeharie dan Octavia Kusuma pada jurnal analisis penggunaan twitter sebagai media

⁴² Data ini diambil dari: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari?page=all>. Diakses tanggal 23 Februari 2022. Jam: 21.46 WIB.

komunikasi selebritis di Jakarta, dengan kehadiran media sosial menjadi bentuk semakin majunya teknologi pada saat ini apalagi dalam bidang komunikasi. Dari banyaknya media sosial Twitter sangat menarik perhatian bagi pengguna internet. Hal tersebut karena dengan sangat mudah bagi pengguna nya untuk saling bertukar informasi di seluruh dunia karena dapat saling terhubung.⁴³

Twitter adalah layanan jejaring sosial dan *microblog* yang penggunaanya dapat dapat mengirim dan menerima pesan sekitar 140 karakter yang berbasis teks namun bertambah pada 2017 menjadi 280 karakter yang biasa disebut dengan *tweet* atau kicauan. Pada bulan Maret tahun 2006 Jack Dorsey mendirikan Twitter, lalu pada bulan juli jejaring sosialnya diluncurkan. Dalam internet Twitter menjadi situs yang sering dikunjungi setelah dikeluarkan. Pengguna Twitter yang tidak terdaftar dapat melihat *twett*, namun bagi yang sudah terdaftar dapat menulis *tweet* atau kicauan, pesan singkat, atau memakai berbagai aplikasi untuk perangkat seluler.⁴⁴

Terdapat fitur-fitur yang dimiliki oleh Twitter antara lain: ⁴⁵

1. Kicauan atau *tweet*, berisi kicauan pengguna berupa pesan teks yang berjumlah 280 karakter, video, foto, GIF, dan polling.
2. *Retweet*, artinya postingan milik orang lain diposting ulang.
3. *Quote Retweet*, postingan dari orang lain diposting lagi namun ditambah dengan komentar.
4. *Like*, menyukai postingan orang lain.

⁴³ Rachel Anastasya, "Media Sosial Twitter Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual, (Studi Netnografi Thread Korban Pelecehan "Fetish Kain Bungkus")", *Skripsi*, (Medan: Universitas Medan Area,2021), hlm 17

⁴⁴ Nurliya Ni'matul Rohmah, "*Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification)*", *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vo.4,No.1, ISSN 2615-1243, (Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram, 2020), hlm 6

⁴⁵ Rachel Anastasya, "Media Sosial Twitter Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual, (Studi Netnografi Thread Korban Pelecehan "Fetish Kain Bungkus")", *Skripsi*, (Medan: Universitas Medan Area,2021), hlm 18-19

5. *Share*, membagikan tautan atau link *tweet* melalui platform lain dan *direct message*.
6. *Bookmarks*, merupakan fitur yang digunakan untuk menyimpan *tweet* yang nantinya dapat dilihat nanti.
7. *Follow*, mengikuti pengguna lain. Namun ketika *follow* mengikuti akun lain disebut dengan *following*.
8. *Mention*, aktivitas dimana pengguna menyebut nama akun dengan @ lalu dilanjut dengan nama pengguna.
9. *Direct Message*, kegiatan percakapan yang dilakukan baik perorangan maupun kelompok dengan *group direct message*.
10. *Thread*, berisi rangkain *tweet* yang saling terhubung.
11. *Topic Trending*, mengetahui topic yang sedang banyak dibicarakan baik dari dalam negeri ataupun luar negeri.
12. *Hashtag*, cara dimana pengguna mengkategorikan *tweet* berdasarkan topic dengan tanda #.
13. *Search bar*, pada kontak pencarian pengguna dapat mencari *tweet*, akun, atau percakapan yang spesifik yang sedang berlangsung. Pengguna juga dapat menyaring hasil pencarian dengan memilih opsi populer, terbaru, orang, foto, atau video yang terdapat pada bagian atas.

Untuk meningkatkan *user experince* (pengalaman pengguna), Twitter mengubah pola pada algorimatnya. Adanya peribahan pada alogaritma nya yaitu diharapkan dapat membantu menampilkan konten yang terbaik dan yang diinginkan oleh pengguna, yang terletak dibagian timeline (linimasa) pengguna.⁴⁶

⁴⁶ Rachel Anastasya, "Media Sosial Twitter Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual, (Studi Netnografi Thread Korban Pelecehan "Fetish Kain Bungkus")", *Skripsi*, (Medan: Universitas Medan Area,2021), hlm 19

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menggambarkan penelitian yang berawal fenomena atau masalah sosial yang sedang terjadi dan oleh sejumlah individu atau kelompok melakukan penelitian dengan mengeksplorasi dan memahami dari masalah sosial atau fenomena tersebut. Creswell menjelaskan dalam penelitian kualitatif terdapat proses seperti memberikan pertanyaan dan urutannya, menggabungkan data dari informan, dan mengolah data secara induktif dari khusus ke umum.⁴⁷ Data deskriptif merupakan data yang dikumpulkan berupa kata bukan angka. Hal tersebut karena penerapan pada metode kualitatif.⁴⁸ Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi. Etnografi yaitu pendekatan yang mencoba untuk mengeksplor suatu budaya. Dalam etnografi memiliki sebuah karakteristik yang melibatkan peneliti secara penuh dalam dalam mencari data secara dalam.⁴⁹ Dengan hal ini peneliti mewawancarai narasumber secara mendalam mengenai motif penggunaan media sosial Twitter.

B. Subjek dan Objek Penelitian

a) Subjek

Subjek dalam penelitian kualitatif disebut dengan narasumber karena memberikan bahan tentang apa yang dibutuhkan oleh

⁴⁷ Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019), hlm 2-3

⁴⁸ Ibid, hlm. 12

⁴⁹ Windiani dan Farida Nurul R, "Menggunakan Metode Etnografi Dalam Penelitian Sosial", *Jurnal Sosiologi*, No.2, Vol.9, (Surabaya:Institut Teknologi Sepuluh Nopember,2016), hlm 88

peneliti.⁵⁰ Subjek penelitian yaitu mahasiswa KPI angkatan 2018 dengan jumlah mahasiswa pada awal sekitar 133 mahasiswa dan yang aktif sekitar 118 serta 10 non aktif dan juga terdapat yang sudah lulus berjumlah 10 mahasiswa data tersebut diambil dari Fakultas Dakwah. Lalu berdasarkan hasil observasi awal yang sudah dilakukan menggunakan google form ada sebanyak 40 narasumber yang mengisi dengan 27 mempunyai akun Twitter dan 13 tidak mempunyai Twitter. Peneliti memilih subjek penelitian dengan memilih narasumber dengan memiliki kriteria seperti memiliki akun pribadi dan mempunyai akun aktif.

Tabel 1.1. Nama-nama narasumber

NAMA	KELAS	JENIS KELAMIN
Siska Fadillah Sari	8 KPI A	Perempuan
Cita Najma Zenitha	8 KPI A	Perempuan
Alifia Furaida Salsabila	8 KPI A	Perempuan
Kharisma Linda	8 KPI B	Perempuan
Hanifah Asjad Andriani	8 KPI B	Perempuan
Dyah Titi Sumpenowati	8 KPIC	Perempuan

⁵⁰ Salim & Syahrudin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), hlm 145.

b) Objek

Objek penelitian atau variabel penelitian yaitu suatu hal yang menjadi perhatian dari peneliti.⁵¹ Objek penelitian yaitu motif penggunaan media sosial Twitter di kalangan mahasiswa KPI Fakultas Dakwah angkatan 2018.

C. Sumber Data**a) Data Primer**

Data yang dikumpulkan secara langsung dapat disebut dengan sumber data primer.⁵² Data primer pada penelitian ini yaitu hasil wawancara dengan narasumber yaitu mahasiswa KPI angkatan 2018.

b) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diambil melalui tangan kedua atau data yang dikumpulkan melalui sumber yang tidak langsung dan setelah itu dikumpulkan misalnya yaitu data dari milik pemerintah atau perpustakaan.⁵³ Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini studi kepustakaan yang ada di buku, jurnal, skripsi baik yang berada di perpustakaan maupun di internet, dan juga menggunakan website.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data memakai observasi, wawancara dan dokumentasi.

⁵¹ Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), hlm 55

⁵² Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020), hlm 401.

⁵³ Ibid, hlm. 401.

a. Observasi

Observasi merupakan metode penelitian yang dilakukan melalui pengamatan yang disertai dengan pencatatan terhadap fakta-fakta yang diteliti.⁵⁴ Sebelum melakukan penelitian peneliti telah melakukan observasi terlebih dahulu sehingga mendapatkan data awal penelitian berupa perilaku mahasiswa KPI dalam menggunakan media sosial Twitter.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses yang dilaksanakan oleh dua orang dimana proses tersebut membutuhkan timbal balik dari kedua individu untuk memberikapan tanggapan sesuai dengan pertanyaan yang diajukan atau tujuan penelitian.⁵⁵ Peneliti mewawancarai informan agar mendapatkan data yang mengenai motif penggunaan media sosial Twitter dikalangan mahasiswa KPI angkatan 2018 UIN Prof K.H Saefuddin Zuhri. Wawancara yang digunakan yaitu secara *online* dan wawancara langsung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilaksanakan untuk menggabungkan data-data yang sudah dilakukan oleh peneliti, nantinya data tersebut dapat berupa foto, atau data dari informan.⁵⁶ Dokumentasi yang diambil berupa foto saat wawancara dan *screenshot* akun Twitter para narasumber.

⁵⁴ Ibid, hlm. 123

⁵⁵ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu,2020), hlm 408

⁵⁶ Ibid,hlm. 265.

E. Metode Analisis Data

Analisis data adalah cara dimana memilih dan mengatur hasil dari wawancara yang sudah dilakukan dilapangan, dijabarkan menjadi beberapa bagian, setelah disusun menjadi sebuah pola, dan memilih yang penting untuk dijadikan sebagai bahan penelitian setelah itu membuat simpulan agar dapat dipahami diri sendiri atau orang lain.⁵⁷ Pada Analisis data dibagi menjadi tiga :⁵⁸

- 1) Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses penetapan, pemfokusan, dan menyederhanakan catatan-catatan lapangan.

- 2) Penyajian Data

Kumpulan data atau informasi yang nantinya akan dibuat pengambilan data dan kesimpulan ialah penyajian data.

- 3) Penarikan Kesimpulan

Penarikan simpulan merupakan hasil dari temuan penelitian yang dilakukan sebelumnya yang sudah diuraikan, atau keputusan yang diperoleh melalui metode berpikir induktif atau deduktif.

⁵⁷ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu,2020), hlm 162.

⁵⁸ Ibid, hlm. 163

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Mahasiswa Prodi KPI Angkatan 2018 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri

Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) merupakan salah satu jurusan yang terdapat pada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri. Pada jurusan ini mahasiswa dapat mempelajari ilmu dan ketrampilan komunikasi yang berbasis islam untuk menyebarkan nilai-nilai islam (dakwah). Namun pada jurusan ini tidak hanya belajar tentang ilmu-ilmu agama, mahasiswa juga dapat mempelajari ilmu mengenai teknologi informasi seperti radio, televisi, jurnalistik, fotografi dll. ⁵⁹Tujuan dari jurusan Komunikasi Penyiaran Islam yaitu dapat menghasilkan lulusan yang profesional di bidang komunikasi dan penyiaran islam. Adapun kompetensi lulusan dari jurusan komunikasi penyiaran islam yaitu dapat menguasai landasan dasar dan filosofis dakwah, menguasai materi-materi pokok keislaman dan kemasyarakatan, menguasai metodologi dakwah, menguasai jurnalistik, penerbitan, dan percetakan, menguasai metode dan teknik penyiaran, menguasai bentuk-bentuk penyiaran, dan menguasai karakteristik masyarakat. ⁶⁰ Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan memiliki 3 kelas yaitu A,B, dan C, memiliki jumlah mahasiswa pada awal sekitar 133 mahasiswa dan yang aktif sekitar 118 serta 10 non aktif dan juga terdapat yang sudah lulus berjumlah 10 orang data yang diambil pada fakultas dakwah.

⁵⁹ Data diambil dari: <https://priangantimurnews.pikiran-rakyat.com/pendidikan/pr-122145967/kuliah-di-jurusan-kpi-inilah-jenjang-karir-jurusan-komunikasi-dan-penyiaran-islam>. Diakses tanggal 30 Juni 2022. Jam : 13.20 Wib.

⁶⁰ Tim Penyusun, Panduan Akademik IAIN Purwokerto 2019-2020, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019), hlm. 199

Selain Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri juga memiliki fakultas lain yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan Fakultas Ushuludin, Adab dan Humaniora. Pada Fakultas Dakwah memiliki 4 program studi yaitu Jurusan Bimbingan Konseling Islam, Komunikasi Penyiaran Islam, Manajemen Dakwah, dan Pengembangan Masyarakat Islam. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2018 Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Kemajuan teknologi komunikasi semakin berkembang dari tahun ke tahun, hal tersebut ditandai dengan munculnya media sosial salah satunya yaitu twitter. Twitter menjadi jenis media sosial yang biasa digunakan oleh mahasiswa karena memiliki kegunaan yang beragam. Dengan memiliki kegunaan yang beragam muncul beberapa latar belakang mengapa mahasiswa menggunakan media sosial Twitter. Adapun beberapa latar belakang atau motif mahasiswa menggunakan media sosial Twitter yang sesuai dengan kebutuhannya, kebutuhan tersebut dibagi menjadi lima yaitu kebutuhan informasi, kebutuhan afektif, kebutuhan identitas personal, kebutuhan integrasi sosial, kebutuhan hiburan atau berkhayal.

B. Profil Informan

Pada bagian ini peneliti akan memberikan gambaran secara umum mengenai profil enam informan yang sudah diwawancarai pada penelitian ini. Dari jumlah mahasiswa KPI angkatan 2018 yang berjumlah 133 peneliti memilih enam orang sebagai narasumber yang sudah sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh peneliti dan juga berdasarkan observasi awal, kriteria tersebut yaitu memiliki akun pribadi Twitter dan memiliki akun aktif. Wawancara sudah dilakukan pada tanggal 29-30 Juni 2022, lalu terdapat

wawancara lanjutan yang dilakukan pada tanggal 5-6 Juli, adapun profil narasumber sebagai berikut:

1. Hanifah Asjad Andriani

Hanifah Asjad Andriani merupakan narasumber pertama yang peneliti wawancarai, wawancara dilakukan ditempat kos sodara Hanifah yang kebetulan sedang di Purwokerto pada tanggal 29 Juni 2022. Hanifah merupakan mahasiswa semester 8 angkatan 2018 dari kelas KPI B di UIN Prof K.H. Saiffudin Zuhri. Hanifah berasal dari Cilacap yang saat ini sudah berumur 22 tahun. Alasan menggunakan media sosial Twitter yaitu karena ingin mengetahui hal terupdate apalagi yang sedang di Indonesia selain itu juga untuk mengetahui informasi tentang Kpop karena hanifah penggemar Kpop. Hanifah sudah menggunakan Twitter sejak kelas enam SD atau pada tahun 2012 yang aktif hingga saat ini. Hanifah mengakses media sosial twitter sekitar 1-2 jam, namun tidak setiap hari mengakses Twitter bisa dibilang seminggu membuka 4 kali media sosial Twitter.⁶¹

2. Siska Fadillah Sari

Siska Fadillah Sari merupakan narasumber kedua yang peneliti wawancara, wawancara dilakukan dikampus pada tanggal 29 Juni 2022. Siska merupakan mahasiswa semester 8 angkatan 2018 dari kelas KPI A di UIN Prof K.H. Saiffudin Zuhri yang saat ini sedang menyelesaikan skripsi. Siska berasal dari Kebumen yang saat ini sudah berumur 22 tahun. Alasan siska menggunakan media sosial Twitter yaitu karena pada media sosial twitter meruapakan sumber informasi yang cepat dan terupdate dari pada media sosial yang lain dan juga sebagai sumber informasi pertama. siska sudah menggunakan media sosial Twitter sejak pertengahan tahun 2020

⁶¹ Wawancara dengan Hanifah pada tanggal 29 Juni 2022

yang aktif hingga saat ini. Siska mengakses media sosial Twitter setiap hari yang memiliki frekuensi membuka Twitter sekitar 5 jam, namun pada saat ini Siska membuka Twitter tidak kurang dari satu jam karena sedang mengerjakan skripsinya.⁶²

3. Kharisma Linda

Kharisma Linda merupakan narasumber ketiga yang peneliti wawancarai, wawancara dilakukan melalui aplikasi Whatsapp karena memiliki kesibukan sehingga wawancara dilakukan secara online pada tanggal 29 Juni 2022. Kharisma merupakan mahasiswi semester 8 angkatan 2018 dari kelas KPI B di UIN Prof K.H. Saiffudin Zuhri yang sedang menyelesaikan skripsinya. Kharisma berasal dari Purwokerto yang saat ini sudah berumur 22 tahun. Alasan Kharisma menggunakan media sosial Twitter yaitu untuk update tentang Kpop, hiburan, mendapatkan informasi dan juga untuk menambah pertemanan. Kharisma sudah menggunakan media sosial Twitter sekitar pada tahun 2015 yang aktif hingga saat ini. Kharisma menggunakan media sosial twitter setiap hari dengan frekuensi mengakses sekitar 1-3 jam.⁶³

4. Dyah Titi Sumpenowati

Dyah Titi Sumpenowati merupakan narasumber keempat yang peneliti wawancarai, wawancara dilakukan melalui aplikasi Whatapp karena memiliki kesibukan sehingga wawancara dilakukan secara online pada tanggal 29 Juni 2022. Dyah Titi merupakan mahasiswi semester 8 angkatan 2018 dari kelas KPI C di UIN Prof K.H. Saiffudin Zuhri yang sedang menyelesaikan skripsinya. Dyah Titi berasal dari Banyumas yang sekarang sudah berumur 23 tahun. Alasan Dyah Titi menggunakan media sosial

⁶² Wawancara dengan Siska pada tanggal 29 Juni 2022

⁶³ Wawancara dengan Kharisma melalui Whatsapp pada tanggal 29 Juni 2022

Twitter yaitu untuk mengetahui berita terkini atau hal-hal yang sedang banyak dibicarakan orang. Dyah Titi juga sudah menggunakan media sosial Twitter dari tahun 2017 yang aktif hingga saat ini. Setiap mengakses media sosial Twitter hanya sekitar 5-15 menit saja dan setiap hari mengaksesnya.⁶⁴

5. Cita Najma Zenitha

Cita Najma Zenitha merupakan narasumber kelima yang peneliti wawancarai, wawancara dilakukan melalui aplikasi *Whatsapp* karena memiliki kesibukan sehingga wawancara dilakukan secara online pada tanggal 29 Juni 2022. Cita merupakan mahasiswi semester 8 angkatan 2018 dari kelas KPI A di UIN Prof K.H. Saiffudin Zuhri yang sudah menyelesaikan skripsinya. Cita berasal dari Tasikmalaya yang sudah berumur 23 tahun. Alasan cita memakai media sosial Twitter yaitu karena bisa menjadi orang lain selain diri kita. Cita sudah menggunakan media sosial Twitter sudah dari tahun 2020 tempatnya pada bulan Juni yang aktif hingga saat ini. frekuensi dalam menggunakan media sosial Twitter yaitu sekitar 5 jam dan tidak setiap hari membuka Twitter.⁶⁵

6. Alifia Furaida Salsabila

Alifia Furaida Salsabila merupakan narasumber keenam yang peneliti wawancarai, wawancara dilakukan melalui aplikasi *Whatsapp* karena memiliki kesibukan sehingga wawancara dilakukan secara online pada tanggal 30 Juni 2022. Alifia merupakan mahasiswi semester 8 angkatan 2018 dari kelas KPI A di UIN Prof K.H. Saiffudin Zuhri yang sudah menyelesaikan skripsinya. Alifia berasal dari Purwokerto yang sekarang sudah berumur 22 tahun. Alasan Alifia menggunakan media sosial Twitter yaitu karena mengidolakan artis dan ingin ketinggalan beritanya dan juga untuk mendapatkan informasi yang sedang ramai diperbincangkan. Alifia

⁶⁴ Wawancara dengan Dyah Titi melalui Whatsapp pada tanggal 29 Juni 2022

⁶⁵ Wawancara dengan Cita melalui Whatsapp pada tanggal 29 Juni 2022

sudah menggunakan media sosial Twitter sejak kelas 2 SMP sekitar pada tahun 2014 yang aktif hingga saat ini. Frekuensi dalam mengakses media sosial Twitter sekitar 2 jam dan mengakses media sosial Twitter setiap hari.⁶⁶

C. Data Penelitian

1. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan memberikan informasi pengetahuan atau pemahaman tentang lingkungan disekitarnya⁶⁷ Kebutuhan ini terbentuk berdasarkan pada keinginan untuk mengetahui dan memahami lingkuannya, juga memuaskan tentang rasa ingin tahu terhadap sesuatu.

Setiap orang memiliki keinginan untuk mengetahui apa yang sedang terjadi pada lingkungannya. Oleh karena itu seseorang berusaha mencari informasi agar kebutuhannya terpenuhi salah satunya yaitu menggunakan media. Pendapat setiap orang berbeda-beda mengenai apakah media sosial Twitter dapat memenuhi kebutuhan informasi atau tidak.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan dengan 6 narasumber, 5 narasumber mengatakan bahwa kebutuhannya akan informasi terpenuhi. Para kelima narasumber mengatakan bahwa kebutuhan kognitif atau informasi terpenuhi karena pada media sosial Twitter memiliki kecepatan dalam hal *up date* berita tidak seperti media yang lainnya dan juga terdapat *hashtag* yang gunanya dapat mengetahui hal-hal yang sedang ramai diperbincangkan baik dalam negeri maupun luar negeri, hal tersebut diutarakan juga oleh narasumber Kharisma dan Hanifah

⁶⁶ Wawancara dengan Alifia melalui Whatsapp pada tanggal 30 Juni 2022

⁶⁷ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm

“Soalnya informasi dari Twitter itu lebih cepet, keluarnya dari pada media lain, kadang tv/media lainnya belum keluar informasi kadang di Twitter sudah ada yang *share* duluan”.⁶⁸

“Untuk mencari informasi ter *update*, seperti di Indonesia lagi *trending* apa biasanya aksesnya lebih ke Twitter biasanya di twitter lebih *update* dari pada media sosial lainnya trus dulu punya Twitter juga buat update tentang korea”.⁶⁹

Informasi yang didapatkan dari media sosial Twitter juga beragam mulai ekonomi, politik, berita dalam negeri, luar negeri atau hal-hal yang mereka sukai mengenai musik dan kpop. Namun terdapat satu narasumber yang mengatakan bahwa media sosial Twitter kurang dalam memenuhi kebutuhannya akan informasi, hal tersebut diutarakan oleh narasumber Cita Najma.

“Kalo informasi si kurang, kebanyakan buat hiburan. Soalnya juga ga pernah nyari informasi berita tentang politik Twitter buat hiburan seperti musik-musik terkini trus sama artis-artis yang lagi *trend*”.⁷⁰

Lalu narasumber Cita Najma juga menambahkan alasannya mengenai kenapa dirinya menganggap bahwa media sosial Twitter kurang dalam memenuhi kebutuhan informasi

“Karena misalkan sudah memfollow akun-akun penting yang ingin saya ikuti tapi di time lime di twitter muncul akun-akun yang *viral* yang sedang tren, sedangkan aku tidak ingin melihat itu tapi justru malah muncul sedangkan akun-akun yang saya *follow* malah tidak muncul”.⁷¹

⁶⁸ Wawancara dengan Kharisma Linda pada tanggal 29 Juni 2022

⁶⁹ Wawancara dengan Hanifah pada tanggal 29 Juni 2022

⁷⁰ Wawancara dengan Cita pada tanggal 29 Juni 2022

⁷¹ Wawancara dengan Cita pada tanggal 29 Juni 2022

Jadi menurut dari narasumber Cita, kurang memenuhi kebutuhannya dalam hal informasi karena akun-akun yang difollow yang memuat informasi malah tidak muncul dalam time line, tapi justru malah akun-akun yang tidak difollow malah muncul pada time line.

Dapat disimpulkan bahwa kelima narasumber mengakui bahwa media sosial Twitter dapat memberikan kebutuhannya akan informasi, sedangkan satu narasumber mengatakan bahwa media sosial Twitter tidak dapat memberikan kebutuhannya akan informasi.

2. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan afektif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan hal-hal yang menyenangkan, emosional, dan pengalaman yang estetis.⁷² Media sosial Twitter menjadi tempat bagi penggunanya untuk melakukan segala hal yang berkaitan dengan hal-hal yang menyenangkan penggunanya.

Berdasarkan hasil wawancara 6 narasumber, 2 diantaranya memiliki lebih dari 1 akun media sosial Twitter. Akun tersebut memiliki beberapa fungsi, seperti narasumber Cita memiliki 3 akun yang fungsinya untuk akun pribadi, untuk membaca AU (*alternatif universe*) dan yang satu lagi tidak terpakai, sedangkan narasumber Kharisma memiliki 3 akun yang fungsinya untuk akun kpop, akun sambat, dan juga akun alter. Dari memiliki akun lebih dari 3 narasumber Cita dan Kharisma menggunakan media sosial Twitter untuk menyenangkan diri mereka sendiri.

Lalu dari keenam narasumber sudah pernah merasakan perasaan emosional ketika mengakses media sosial Twitter. Perasaan yang sudah mereka rasakan yaitu sedih, senang dan emosi. Perasaan senang didapat

⁷² Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm 196.

ketika mendapatkan konten-konten tentang hiburan. Perasaan sedih ketika melihat konten sedih contoh seperti berita covid. Lalu emosi ketika perbedaan pendapat.

Lalu dengan mengakses media sosial Twitter keenam narasumber menjadi tau hal-hal yang mereka minati mulai dari fashion, musik, desain, buku, politik. Hal tersebut diungkapkan oleh narasumber Hanifah, Kharisma, dan Alifia

“Aku kan suka desain biasanya di Twitter gambarnya HD, suka kpop nah di twitter gambarnya jernih jadi enak buat di edit”⁷³

“Sebenarnya aku orang yang kurang suka membaca dan membeli buku, tapi sering banget *tweetan* dari base buku muncul time line dan ada beberapa kutipan buku yang buat aku penasaran sama isi buku tersebut jadi mulai saat itu aku jadi suka baca buku sama beli buku tentang *self improvement*”.

74

“Justru Twitter itu medianya buat aku cari hal yang aku minatku apa jadi aku tinggal sesuain akun yang aku *follow* supaya ga ketinggalan info-info yang dibagikan sama akun itu, konten menghibur dan *olshop*”.⁷⁵

Dari wawancara diatas bahwa media sosial Twitter dapat mengetahui minat mereka dan yang disenangi. Seperti narasumber Hanifah menyukai desain karna juga pada Twitter gambar ditampilkan kebanyakan berkualitas HD jadi menyenangkan ketika mengedit. Lalu narasumber Kharisma yang pada awalnya kurang menyukai buku setelah membaca *quotes* yang berada di Twitter jadi suka membaca buku. Narasumber Alifia akun-akun *olshop* karena menyukai *fashion*. Lalu narasumber Siska menyukai hal-hal berbau

⁷³ Wawancara dengan Hanifah pada tanggal 29 Juni 2022

⁷⁴ Wawancara dengan Kharisma Linda pada tanggal 29 Juni 2022

⁷⁵ Wawancara dengan Alifia pada tanggal 29 Juni 2022

politik. Kemudian narasumber Dyah Titi menyukai hal-hal tentang musik. Dan juga narasumber Cita menyukai konten-konten hiburan dan juga aplikasi.

3. Kebutuhan Integrasi Personal

Kebutuhan pribadi secara integratif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan status individu seperti kredibilitas, stabilitas dan kepercayaan terhadap individu.⁷⁶ Pengguna menunjukkan dirinya lewat media sosial Twitter melalui hal-hal yang bisa ditunjukkan melalui *fitur-fitur* yang disediakan Twitter.

Pada hasil wawancara yang sudah dilakukan kepada keenam narasumber, keempat narasumber mengunggah *tweet* dan foto pada media sosial Twitter. Sedangkan dua narasumber tidak melakukannya karena memiliki beberapa alasan. Hal tersebut dituturkan oleh narasumber Hanifah dan Dyah Titi

“Sudah lama tidak menulis *tweet*, lebih banyak mengekspresikan diri di media lain yang lebih *privat*”⁷⁷

“Engga karena di Twitter cuman buat *update* informasi aja *ga upload* tentang foto, video atau kesehariannya aku”.⁷⁸

Lalu dari keempat narasumber mengunggah foto dan *tweet* tentang keseharian mereka. Karena narasumber lebih nyaman dengan mengunggah foto dan *tweet* pada media sosial Twitter.

“Aku lebih PD mengkespresikan diri di twitter tanpa temen rl (*real life*) tau, karna kalo mengekspresikan diri di *wa/story ig* kadang malah jadi bahan

⁷⁶ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm 196.

⁷⁷ Wawancara dengan Hanifah pada tanggal 29 Juni 2022

⁷⁸ Wawancara dengan Dyah Titi pada tanggal 29 Juni 2022

gunjungan temen-temen beda lagi kalo curhat di Twitter banyak *mutual* yang ngasih *support* dan ngasi semangat tentunya anak-anak di Twitter ga suka adu nasib kalo dicurhatin. Jadi merasa lebih nyaman aja di Twitter dari pada medsos lain.”⁷⁹

“Iya bener banget, karena ga ada orang yang kenal aku dan akunnya aku privat, dan juga nama akunnya pun sama sekali bukan nama aku. Aku bisa bebas mengekspresikan diri aku”.⁸⁰

“Sebab di Twitter diri kita menjadi orang lain, kita menjadi berkeluh kesah dengan berkata-kata kasar tanpa perlu khawatir judmen orang lain, karena orang lain juga melakukan hal yang sama jadi tidak perlu takut akan judgmental dari orang lain”.⁸¹

“Iya si karena kalau *instagram* terlalu bermuka dua ibaratnya kalau Twitter apa adanya, maka dari itu buat akun tidak tergantung nama”.⁸²

Jadi dapat disimpulkan bahwa keempat narasumber menggunakan media sosial Twitter, dapat menjadi diri mereka sendiri tanpa orang lain tau. Karena dengan menggunakan media sosial mereka bebas mengekspresikan diri mereka tanpa ada orang yang tau hal tersebut sesuai dengan pendapat dari narasumber Alifia, Cita dan siska, dan Kharisma Linda.

Namun disisi lain keempat narasumber mengupload foto dan *tweet* tidak untuk meningkatkan status individu mereka atau dengan kata lain untuk dikenal banyak orang atau mendapat simpati dari orang lain *tweet* yang diupload.

⁷⁹ Wawancara dengan Kharisma pada tanggal 29 Juni 2022

⁸⁰ Wawancara dengan Siska pada tanggal 29 Juni 2022

⁸¹ Wawancara dengan Cita pada tanggal 29 Juni 2022

⁸² Wawancara dengan Alifia pada tanggal 29 Juni 2022

“Kalo itu ngga juga, karna dari awal bikin Twitter niatnya cuma buat akun sambat bukan buat yg lainnya”.⁸³

“Saya pribadi tidak, Akun Twitter saya pun juga tidak menggunakan nama asli”.⁸⁴

“Sebenarnya saya tidak ada tujuan mengunduh Twitter biar dapat dikenal orang banyak atau menjadi seleb tweet, saya menggunakan Twitter hanya sebagai kesenangan dan mengetahui informasi terbaru saja tapi saya juga tidak menutup kemungkinan untuk saling berinteraksi saling mengikuti saya tidak menutup kemungkinan karna kan kita meluaskan jangkauan dan koneksi menggunakan Twitter”.⁸⁵

“Engga semua orang bisa baca Twitter ku karena Twitterku ini di *privasi* jadi semua orang bisa baca statusku bahkan aku ga pernah mau acc orang *ngefollow* aku jadi akun itu aku buat cuman untuk curhat. Jadi juga ga ada yang *follow* yang tau cuman aku”⁸⁶

Jadi keempat narasumber tidak memiliki tujuan *mengupload tweet* dan foto diketahui banyak orang. Kesimpulannya yaitu keempat narasumber melakukan kebutuhan integrasi personal yang menunjukkan diri mereka dengan sebebas-bebasnya walaupun tidak menunjukkan diri mereka sendiri yang asli karena akun mereka tidak menggunakan nama asli.

4. Kebutuhan Integrasi Sosial

Kebutuhan sosial secara integratif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan teman, keluarga, atau orang lain agar terjalin hubungan yang lebih

⁸³ Wawancara dengan Kharisma pada tanggal 29 Juni 2022

⁸⁴ Wawancara dengan Siska pada tanggal 29 Juni 2022

⁸⁵ Wawancara dengan Cita pada tanggal 29 Juni 2022

⁸⁶ Wawancara dengan Alifia pada tanggal 29 Juni 2022

erat..⁸⁷ Dapat juga diartikan dengan bentuk interaksi atau komunikasi dengan pengguna lain.

Dari hasil wawancara dengan keenam narasumber, keempat narasumber berinteraksi dengan pengguna lain seperti berkomentar postingan, *retweet* dan berbalas pesan lewat dm (*direct message*). Hal-hal yang mendasari adanya interaksi dan berkomunikasi juga beragam. Seperti nyaman ketika diajak bercerita, memiliki hobi yang sama, dan sharing-sharing tentang tentang hal-hal yang mereka sukai.

Namun keempat narasumber tidak melakukan interaksi dan berkomunikasi dengan anggota keluarga. Para narasumber memiliki beberapa alasan yang mendasari kenapa tidak berinteraksi dengan keluarga lewat media sosial. Karena tidak ingin anggota keluarga tau apa yang sedang dirasakan karena *tweet* yang mereka unggah rata-rata tentang keluhan mereka. Juga terdapat aplikasi yang lebih nyaman untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan anggota keluarga.

Salah satu narasumber tidak melakukan interaksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain karena jangkauan Twitter lebih besar dan narasumber lebih senang berkomunikasi lebih *privat*.

“Karena Twitter terlalu publikasinya terlalu gede aku lebih komunikasi lewat media sosial yang lebih privat kaya *Whatapps* gitu”.⁸⁸

Kesimpulannya kelima narasumber melakukan kebutuhan integrasi sosial dengan pengguna lain. Sedangkan narasumber Dyah tidak melakukan kebutuhan tersebut karena terdapat alat komunikasi yang lebih *privat* ketimbang Twitter.

⁸⁷ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm

⁸⁸ Wawancara dengan Dyah pada tanggal 29 Juni 2022

5. Kebutuhan Pelepasan

Kebutuhan pelepasan yaitu kebutuhan yang berhubungan untuk menghindari tekanan, ketegangan dan keinginan yang bermacam-macam.⁸⁹ Pada kebutuhan ini bisa diartikan sebagai kebutuhan untuk mencari hiburan.

Hasil wawancara dengan keenam narasumber mengatakan bahwa mereka mengakses media sosial Twitter ketika dalam keadaan senggang atau tidak ada aktivitas lain. Namun narasumber Alifia mengatakan terdapat waktu yang biasanya digunakan untuk mengakses Twitter yaitu dipagi hari.

Hal-hal yang mereka akses untuk mengisi waktu luang yaitu konten-konten hiburan seperti meme atau hal-hal yang lucu dan menghibur. Jadi kesimpulannya bahwa keenam narasumber merasa puas bahwa media sosial Twitter sebagai kebutuhan pelepasan.

D. Pembahasan

Twitter menjadi salah satu bentuk media sosial saat ini masih banyak digunakan oleh masyarakat apalagi pada kalangan mahasiswa. Twitter merupakan media sosial yang berbasis *microblog* yaitu jenis media sosial yang penguannya dapat menulis dan mengunggah aktivitas dalam sehari-hari. Namun pada media sosial Twitter memiliki kegunaan yaitu untuk memenuhi kebutuhan para penggunanya. kebutuhan nya pun beragam yaitu untuk mendapatkan informasi. Pada saat ini kebutuhan akan informasi menjadi hal penting agar mengetahui situasi yang sedang terjadi agar tidak ketinggalan zaman. Selain itu juga terdapat kebutuhan untuk menyenangkan diri sendiri dengan mencari konten-konten yang terdapat pada media sosial Twitter. Media

⁸⁹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm

sosial Twitter juga memiliki fitur-fitur yang biasa digunakan untuk mengekspresikan dirinya. Media sosial Twitter juga memiliki fitur yang memudahkan penggunanya untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan mudah, karena sesuai dengan sesuai dengan era saat ini teknologi komunikasi semakin mudah dengan adanya media sosial. Dengan adanya hal tersebut setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda mengenai penggunaan media sosial Twitter.

Hal tersebutlah yang menjadi fokus peneliti, maka dari itu peneliti telah mewawancarai enam narasumber yang merupakan mahasiswa KPI angkatan 2018 di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri yang memiliki media sosial Twitter. Hasil wawancara telah dijabarkan dan peneliti menganalisis motif apa yang mengawali narasumber menggunakan media sosial Twitter berdasarkan kebutuhan khalayak. Keenam narasumber merupakan pengguna media sosial Twitter aktif. Wawancara yang telah dilakukan terhadap keenam narasumber untuk mengetahui motif penggunaan berdasarkan kebutuhan menggunakan teori *uses and gratification* mengenai kebutuhan khalayak.

1. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan kognitif merupakan kebutuhan yang berkaitan tentang informasi. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada enam narasumber menyatakan bahwa lima dari enam narasumber menyatakan bahwa media sosial Twitter dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka. Lalu terdapat jawaban dari narasumber Kharisma yang mengatakan bahwa lebih memilih menggunakan media sosial Twitter untuk mendapatkan berita karena pada media ini lebih cepat dalam menyebarkan berita atau informasi ketimbang pada media lain. Rata-rata jawaban dari kelima narasumber mengatakan bahwa media sosial Twitter memiliki kecepatan dalam hal *update* berita. Walaupun harus teliti dalam memilih

berita yang akan dikonsumsi. Namun, satu narasumber menyatakan bahwa media sosial kurang dapat memenuhi kebutuhannya mengenai informasi karena narasumber tidak pernah mencari informasi dan juga hanya menggunakan media sosial untuk hiburan dan juga akun-akun sudah *difollow* tidak muncul dalam time line nya melainkan akun lain yang tidak ingin muncul dalam time line nya. Informasi yang didapat dari lima narasumber beragam mulai dari ekonomi, politik, negara, musik dll. Sesuai dengan teori *uses and gratification* mengenai kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan memberikan informasi pengetahuan atau pemahaman tentang lingkungan disekitarnya.⁹⁰

Lalu dapat disimpulkan bahwa media sosial Twitter dapat memberikan kebutuhannya mengenai informasi sesuai dengan teori *uses and gratification* mengenai kebutuhan kognitif menjelaskan bahwa pengguna menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi mengenai hal-hal disekitarnya. Hal tersebut dapat dilihat dari lima narasumber mengatakan bahwa media sosial Twitter dapat memenuhi kebutuhan mengenai informasi.

2. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang menyangkut tentang hal-hal yang mereka anggap menyenangkan atau memuaskan batin mereka terhadap suatu hal dan pengalaman emosi yang mereka rasakan dalam mengakses media sosial Twitter. Dari hasil wawancara dengan keenam narasumber mengatakan bahwa dua dari enam narasumber memiliki akun lebih dari satu yang memiliki fungsi berbeda, akun-akun tersebut ditujukan untuk menyenangkan diri mereka sendiri. Lalu dengan adanya media sosial

⁹⁰ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm 196

twitter dapat menemukan minat mereka dalam berbagai hal, narasumber mengatakan setuju. Minat tersebut beragam mulai dari bidang politik, fashion, musik dll. Lalu keenam narasumber juga mendapatkan pengalaman emosi seperti senang, sedih dan emosi. Pengalaman emosional yang dirasakan juga beragam tergantung konten yang mereka dapatkan dalam membuka media sosial Twitter. Hal tersebut sesuai dengan teori *uses and gratification* mengenai kebutuhan afektif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan hal-hal yang menyenangkan, emosional, dan pengalaman yang estetis.⁹¹

Jadi dapat disimpulkan bahwa keenam narasumber mengaku setuju bahwa media sosial Twitter dapat memberikan kebutuhan afektif. Hal tersebut sesuai dengan teori *uses and gratification* mengenai kebutuhan afektif yang menjelaskan bahwa kebutuhan tersebut memberikan pengalaman yang menyenangkan dan pengalaman emosionalnya.

3. Kebutuhan Integrasi Personal

Kebutuhan integrasi personal yaitu kebutuhan yang berhubungan kredibilitas seseorang atau mengupload identitas diri mereka atau mengekspresikan diri dalam media sosial Twitter. Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan kepada enam narasumber mengatakan bahwa empat dari enam narasumber melakukan motif yang berhubungan dengan kebutuhan integrasi personal. Dari narasumber keempat menggunakan twitter untuk kebutuhan integrasi personal hal tersebut dapat dilihat dari mereka memposting keseharian atau yang mereka senangi dengan mengunggah foto dan *tweet, tweet* yang mereka posting juga hal seperti hal-hal yang sedang mereka rasakan seperti sedih, senang dll. Narasumber Siska juga mengatakan bahwa lebih suka memposting dirinya atau membuat

⁹¹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm

tweet di media sosial Twitter karena pada media sosial Twitter dapat menjadi dirinya sendirinya jika diaplikasi seperti tidak menjadi dirinya. Lalu narasumber Kharisma juga mengatakan hampir sama dengan narasumber kedua bahwa mengekspresikan dirinya lebih enak pada media sosial Twitter ketimbang pada aplikasi lain. Karena pengguna di Twitter lebih baik karena dapat mensupport satu sama lain oleh karena itu lebih nyaman dalam mengekspresikan dirinya lewat Twitter. kemudian narasumber Cita juga mengatakan bahwa dengan menggunakan media sosial Twitter dapat mengekspresikan dirinya dengan sebebas bebasnya menjadi diri mereka sendiri. Hal tersebut juga sama dengan narasumber Alifia lebih bebas mengekspresikan dirinya sendiri pada media sosial Twitter. Jadi keempat narasumber merasa menjadi diri mereka sendiri tanpa ada yang yang tau. Namun pada narasumber Hanifah dan Dyah mengatakan bahwa mereka tidak mengekspresikan dirinya pada media sosial Twitter. Narasumber satu mengatakan bahwa dirinya menggunakan twitter hanya untuk update informasi. Lalu pada narasumber Dyah mengatakan bahwa lebih mengekspresikan dirinya pada aplikasi yang lebih *privat*. Sesuai dengan teori *uses and gratification* mengenai kebutuhan integrasi personal yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan status individu seperti kredibilitas, stabilitas dan kepercayaan terhadap.⁹²

Jadi kesimpulan nya keempat narasumber mengatakan bahwa mereka menggunakan kebutuhan integrasi personal.

4. Kebutuhan Integratif Sosial

Kebutuhan integratif sosial yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan interaksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan empat dari enam narasumber mengatakan

⁹² Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm

bahwa mereka melakukan interaksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain. Keempat narasumber mengatakan bahwa mereka berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengguna lain dengan cara berbalas komentar, *retweet*, atau DM (*direct message*). Lalu keempat narasumber juga mengatakan yang mendasari untuk berinteraksi dan berkomunikasi karena memiliki hobi yang sama dan menjadi tempat yang nyaman untuk bercerita. Rata-rata pertemanan mereka bukan dari teman dekat atau teman *real life* melainkan teman yang kenal secara online yang disebut dengan teman virtual. Narasumber Hanifah mengatakan bahwa mereka berkomunikasi karena sama-sama menyukai kpop. Sedangkan narasumber Siska berkomunikasi dengan teman yang memang saling mengenal dan sudah bertemu secara langsung. Narasumber Kharisma mengatakan karena saling berbalas komentar akhirnya saling berinteraksi sampai berpindah menggunakan aplikasi lain agar bisa saling sharing suatu hal. Narasumber Cita juga berinteraksi dengan pengguna lain yang memang tidak saling mengenal satu sama lain yang disebut dengan teman virtual. Narasumber Dyah dan Alifia mengatakan tidak berinteraksi dan berkomunikasi karena menggunakan media sosial Twitter hanya untuk informasi dan hiburan. Lalu para narasumber juga tidak berinteraksi dan berkomunikasi dengan keluarga karena terdapat aplikasi yang lebih sesuai untuk berkomunikasi dan juga tidak ingin anggota keluarga tau apa yang sedang dirasakan karena tweet yang mereka unggah rata-rata cerita keluh kesah. Sesuai dengan teori *uses and gratification* mengenai kebutuhan integrasi sosial Jadi dapat disimpulkan bahwa media sosial Twitter dapat memenuhi kebutuhan integratif sosial. Sesuai dengan teori *uses and gratification* tentang

kebutuhan integratif sosial yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan teman, keluarga, atau orang lain agar terjalin hubungan yang lebih erat.⁹³

Jadi dapat disimpulkan bahwa keempat narasumber melakukan motif berdasarkan kebutuhan integrasi sosial yang berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain, tapi tidak berinteraksi dan berkomunikasi dengan keluarga.

5. Kebutuhan Pelepasan

Kebutuhan pelepasan yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan melepaskan ketegangan atau bisa disebut kebutuhan akan hiburan. Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan bahwa keenam narasumber mengatakan bahwa media sosial Twitter dapat dijadikan sebagai pelepas ketegangan atau hiburan. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa keenam narasumber mengakses media sosial Twitter dikala senggang, tidak melakukan aktivitas lain. Narasumber Alifia juga memberitahu bahwa terdapat waktu yang biasanya mengakses media sosial Twitter yaitu dipagi hari. Adapun konten yang mereka sukai juga beragam mulai dari kesukaan mereka mengenai musik, kpop, meme lucu, dan akun-akun komedi. Sesuai dengan teori *uses and gratification* mengenai kebutuhan pelepasan yaitu Dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat memenuhi kebutuhan pelepasan atau hiburan. Hal tersebut dapat dilihat bahwa keenam narasumber setuju media sosial Twitter memenuhi kebutuhan pelepasan. Sesuai dengan teori *uses and gratification* mengenai kebutuhan pelepasan yaitu Kebutuhan pelepasan yaitu kebutuhan yang berhubungan untuk menghindari tekanan, ketegangan dan keinginan yang bermacam-macam.

⁹³ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm 196

Jadi dapat disimpulkan bahwa keenam narasumber menggunakan media sosial Twitter untuk kebutuhan pelepasan yaitu dengan menggunakannya diwaktu senggang.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Peneliti telah mewawancarai narasumber yang berjumlah enam orang orang berasal dari kelas berbeda narasumber kelas A 3 orang, kelas B 2 orang dan kelas C 1 orang. penulis akan mendeskripsikan kesimpulannya sebagai berikut:

Dengan adanya kemajuan teknologi dan komunikasi memunculkan jenis media baru yaitu media sosial Twitter. Twitter merupakan salah satu jenis media sosial yang berbasis microblog yang penggunaanya dapat menulis pesan sekitar 240 karakter setiap unggahan. Pada media sosial memiliki *fitur-fitur* yang dapat dimanfaatkan oleh penggunaanya. Lalu dalam penggunaannya setiap orang memiliki kebutuhan masing-masing dalam menggunakan media sosial Twitter.

Menurut teori *uses and gratification* membagi kebutuhan menjadi 5 yaitu kebutuhan yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, integrasi sosial, dan kebutuhan pelepasan. Berdasarkan hasil analisis mahasiswa menggunakan 5 kebutuhan yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial dan kebutuhan pelepasan. Dengan menggunakan kebutuhan kognitif para mahasiswa merasa mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Kebutuhan yang didapatkan oleh narasumber mengenai informasi juga beragama mulai dari ekonomi, politik berita dalam dan luar negeri, musik hingga kpop. Apalagi pada media sosial Twitter memiliki kecepatan dalam hal update berita karena mempunyai hastag yang dapat menunjukkan hal yang sedang trending atau populer. Kebutuhan afektif, mahasiswa dapat mengakses hal-hal yang mereka senang, seperti hiburan, fahion, musik dll. Selain itu

mahasiswa juga mendapatkan pengalaman emosional yang berupa senang, sedih dan emosi, perasaan sedih ketika mengakses hal-hal tentang covid, senang ketika mengakses hal-hal tentang hiburan dan emosi ketika adanya perbedaan pendapat. Dan juga mengetahui minat yang mereka sukai yang berhubungan dengan hal-hal yang disukai seperti desain, musik buku, quotes, politik dan juga konten hiburan. Kebutuhan integrasi personal, para mahasiswa dapat membuka identitas pribadi mereka dengan sebebas-bebasnya dan menjadi diri mereka sendiri, karena para mahasiswa menggunakan media sosial Twitter tidak mencantumkan nama asli dari mahasiswa. konten-konten yang mereka unggah seperti foto dan *tweet*. Kebutuhan integrasi sosial, setiap mahasiswa berinteraksi dengan pengguna lain hal yang mendasari adanya interaksi dengan pengguna lain yaitu karena hobi yang sama dan juga untuk sharing-sharing. Kebutuhan pelepasan, para mahasiswa mengakses media sosial Twitter ketika dirinya sedang tidak ada aktivitas lain atau saat senggang. Konten-konten yang mereka akses untuk mengisi waktu luang yaitu konten hiburan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas yang sudah dilakukan peneliti, maka peneliti memberikan beberapa saran:

1. Bagi subyek penelitian mahasiswa KPI angkatan 2018, penulis berharap agar selalu bisa menyaring informasi dengan baik karena pada media sosial Twitter sangat banyak informasi yang bisa diakses, jadi sangat mudah sekali munculnya berita hoax. Dengan banyaknya konten-konten yang menarik pada media sosial diharapkan mahasiswa dapat menggunakan sesuai dengan porsinya, agar tidak menggunakan media sosial Twitter berlebihan. Dan juga tidak mengganggu aktivitas lainnya karena terlalu asik dalam mengakses media sosial Twitter.

2. Bagi peneliti selanjutnya, semoga setelah ini penelitian dapat meneliti lebih dalam lagi mengenai teori *uses and gratification*, dan juga dapat menjadi rujukan atau referensi dalam penelitian selanjutnya.
3. Bagi masyarakat, semoga dengan adalah penelitian ini dapat menggunakan dan memanfaatkan media sosial Twitter dengan baik. dapat menambah pemahaman mengenai fitur-fitur yang terdapat pada Twitter.

C. Penutup

Alhamdulillah, dengan menyebut nama Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi walaupun banyak kekurangan dan keterbatasan. Dengan adanya skripsi ini penulis berharap dapat memberikan ilmu bermanfaat bagi pembacanya dan juga menjadi referensi bagi para peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rifa'i. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga
- Apriliani Nia Nur, Yuliani Rachma Putri, dan Dini Salmiyah Fithrah Ali. *Pengaruh Penggunaan Media Twitter @infobdg Terhadap Pengurangan Ketidakpastian Informasi*. Jurnal Socioteknologi. Vol.14. No.2. Agustus 2015. Bandung: Universitas Telkom
- Dwiana, Syahnindar Rahma dan Edy Prihantoro. 2020. *Pengaruh Penggunaan Media Instagram @najwashihab dan Terpaan Informasi Terhadap Pembentukan Sikap Follower Dalam Menghadapi Covid-19*. Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi. Vol. 2. No. 3. Juli 2020. e-ISSN: 2656-8330. Jakarta: Universitas Gunadarma
- Hardani dkk. 2020 *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Hidayat, Syarif . 2021. *Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri*. Skripsi. Purwokerto: Fakultas Dakwah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
- Humaizi. 2020. *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU press
- Imran, Hasyim Ali. 2013. *Pola Penggunaan Media Komunikasi*, Jurnal Studi Komunikasi dan Media. Vol.17. No.1. Januari-Juni 2013. Jakarta: Badan Litbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika
- Khuriaturrosidah, Irvi. 2019. *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya*. Skripsi. Surabaya: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya
- Kusumastut, Adhi i, Ahmad Mustamil Khoiron, 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP)
- Liani, Dhea Nursyafitri, Nofha Rina. 2020. *Motif Penggunaan Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Pengikut Akun Twitter @EXOind)*. Cakrawala-Jurnal Humaniora. Vol20. No.1.1 Maret 2020. E-ISSN: 2579-33314. Bandung: Universitas Telkom
- Mardiana, Lisa, Anida Fa'zia Zi'ni. 2020. *Pengungkapan Diri Pengguna Akun Autbase Twitter @SUBTANYARL*. Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 03. No. 01. 2020. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro
- Morrison. 2013. *Teori Komunikasi Massa Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenada Media Group
- Muhibbin, Marfuatun. 2020. *Urgensi Teori Hierarki Kebutuhan Maslow Dalam Mengatasi Prokrastinasi Akademik Di Kalangan Mahasiswa*. , Educatio: Jurnal Ilmu Kependidikan. Vol.15. No.2. Desember 2020. e-ISSN: 2527-9998. Yogyakarta: Universitas Hamzawadi

- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Palewa, Dosi Aprilianda. 2013. *Motif Penggunaan dan Interaksi Sosila Di Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fishum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Prihatiningsih, Witanti. 2017. *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja*. Jurnal Communication. Vol VIII, Nomor 1. 1 April 2017. Jakarta: Universitas Pembangunan “Veteran” Nasional
- Puspita, Yesi. 2015. *Pemanfaatan New Media Dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay*. Jurnal Pekommas. Vol.18. No. 3. Desember 2015. Padang: Universitas Andalas
- Rohmah, Nurliya Ni'matul. 2020. *Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification)*. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam,. Vo.4. No.1. September 2020. ISSN 2615-1243. Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram
- Simbolon, Cicilia Afrilia Damayanti, Chontina Siahaan. 2021. *Penggunaan Komunikasi Media Sosial Twitter di Kalangan Remaja di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol.10 .No.3. 2021. ISSN.2442-696. Jakarta: Universitas Kristen Indonesia
- Sya'bania, Cindie, Desy Misnawati. 2020. *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @YHOOPHII_OFFICIAL Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*. Jurnal Inovasi. Vol.14. No. 1. 2020. Palembang: Universitas Bina Darma
- Syahreza, M.Fachri, Irwan Syari Tanjung. 2018. *Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED*. Jurnal Interaksi. Vol.2.No.1. Januari 2018.Medan: Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara
- Syahrum, Salim.2102. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media
- Tim Penyusun. 2019. *Panduan Akademik IAIN Purwokerto 2019-2020*. Purwokerto. IAIN Purwokerto
- Windiani, Farida Nurul R. *Menggunakan Metode Etnografi Dalam Penelitian Sosial*. Jurnal Sosiologi. No.2. Vol.9. 2016. Surabaya:Institut Teknologi Sepuluh Nopember

LAMPIRAN

Wawancara dengan Hanifah



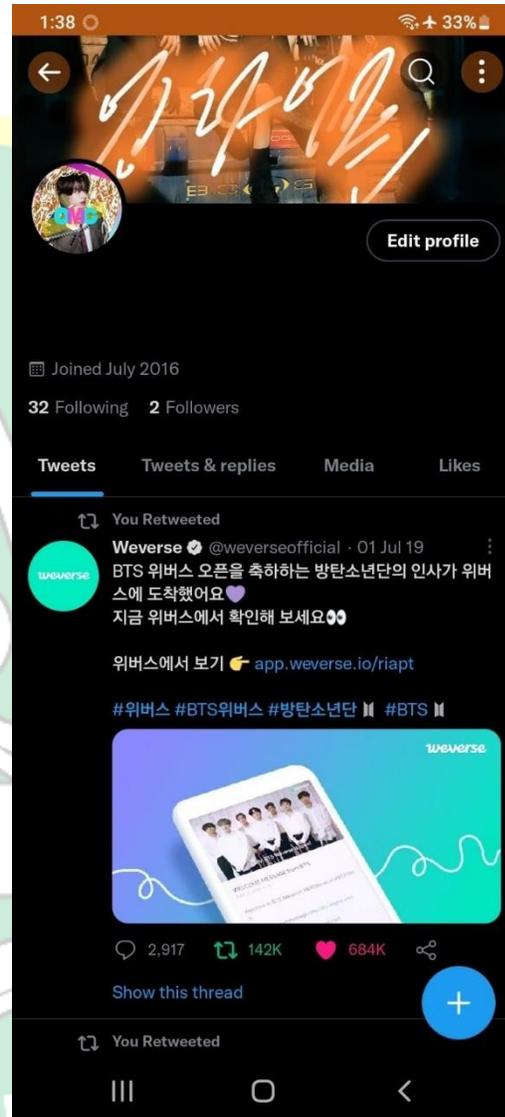
Wawancara dengan Siska



Akun Twitter Siska Fadillah Sari



Akun Twitter Hanifah Asjad Andriani



Akun Twitter Alifia Furaida Salsabila



Akun Twitter Dyah Titi



Akun Twitter Kharisma Linda



Akun Twitter Cita Najma



TRANSKIP WAWANCARA

INFORMAN 1

Tanggal : 29 Juni 2022

Waktu : 18.09 - selesai

Media : chat Whatsapp

Peneliti : Lia Yulianti

Informan : Kharisma Linda

P: Alasan memakai twitter itu kenapa

I: Dulu pertama download Twitter itu buat ngehype bias jadi bisa dikatakan bikin Twitter buat akun fangirling sama buat seru-seruan. Terus setelah berapa bulan bikin akun baru khusus buat meluapkan keluh kesah sama buat cari-cari informasi dan nambah pertemanan.

P: Berarti sejak kapan punya twitter

I: 2015 kalo ga salah

P: Frekuensi sehari buka Twitter berapa jam

I: Tergantung si mba, kalo lagi suka baca AU (alternatif universe) bisa seharian stay di twitter, kalo ga ya paling 1-2 jam an buat scroll sama jb jb, tapi kalo hari ini tadi buka twitter nyam 3 jam an

P: seminggu berapa kali mengakses twitter

I: Banyak, soalnya setiap hari sama kalo lagi gabut larinya ke twitter

P: Apakah dengan menggunakan twitter bisa memenuhi kebutuhan informasi

I: Kalo menurutku si iya, soalnya informasi dari twitter itu lebih cepet, keluarnya dari pada media lain. kadang tv/media lainnya belum keluar informasi kadang di twitter

sudah ada yang share duluan, dan yang saya sukai dari twitter itu penggunaanya open minded jadi enak kalo diajak diskusi

P: Contoh informasi yang didapat itu apa saja

I: berita tentang peraturan membeli minyak goreng subsidi harus menggunakan aplikasi peduli lindungi kemaren ditwitter juga sempet tranding.

P: Punya berapa akun twitter

I: 3 mba

P: itu akun apa saja

I: akun Kpop, akun sambat sama akun alter

P: Apakah dengan menggunakan twitter dapat mengetahui minat kamu terhadap suatu hal

I: sebenarnya aku orang yang kurang suka membaca dan membeli buku, tapi sering banget tweetan dari base buku muncul time line dan ada beberapa kutipan buku yang buat aku penasaran sama isi buku tersebut jadi mulai saat itu aku jadi suka baca buku sama beli buku tentang self improvement

P: apakah dengan mempunyai twitter dapat mengekspresikan diri kamu

I: iya, aku lebih PD mengkespresikan diri di twitter tanpa temen rl (real life) tau, karna kalo mengekspresikan diri di wa/story ig kadang malah jadi bahan gunjingan temen-temen beda lagi kalo curhat di twitter banyak mutual yang ngasih support dan ngasi semangat tentunya anak-anak di twitter ga suka adu nasib kalo dicurhatin. Jadi merasa lebih nyaman aja di twitter dari pada medsos lain.

P: berarti bentuk mengekspresikan dirinya berupa foto, video, tweet gitu yaa

I: seringnya si foto sama nge-tweet kalo video engga, soalnya males ngedit hehe

P: apakah antar pengguna twitter saling berinteraksi dan berkomunikasi ?

I: bisa jadi kaya gitu mba, ada yang awalnya ga saling follow tapi jb jb di akun base/orang lain terus jadi saling follow dan suka komen komenan bahkan ada yang sampe move ke wa untuk nambah teman/sharing sesuatu

P: berarti rata-rata virtual yaa

I: ga juga, cuma beberapa yang udah nyaman sama klop aja

P: dengan upload foto di twitter apakah dapat menambah rasa percaya diri apa engga

I: mungkin iya mungkin engga si mba, karna aku jarang banget upload muka sendiri di twitter lebih sering upload foto makanan, pemandangan, or yang lainnya kalo muka sendiri jarang

P: apakah mengakses twitter dijadikan sebagai tempat mencari hiburan

I: iyaa, karna kebanyakan pemikiran anak-anak twitter itu out of the box banget jadi sering banget dapet kata-kata yang harusnya serius jadi lucu, terus juga banyak yang share meme/cerita-cerita lucu jadi yang bisa lah buat healing dikit-dikit

P: dampak positif dan negatif twitter

I: dampak positifnya membuat saya menjadi lebih semangat karna banyak orang-orang yang saling support padahal kenal aja engga serta bisa mengekspresikan diri apa adanya dibanding fb, ig dll yang banyak komentar negatif dan cacian walaupun niatnya bercanda tapi kadang bikin sakit hati. Dampak negatif nya kalo udah main twitter jadi males buat belajar dan ngapa-ngapain penginnnya stay di twitter trus

P: nama lengkap, umur, asal

I: kharisma Linda, umur 21, asal Purwokerto

Wawancara lanjutan

P: Perasaan seperti apa yg pernah dirasakan ketika mengakses Twitter (sedih, senang atau emosi) jika iya hal apa yg membuat (sedih, senang, atau emosi)

I: Aku kalo nge-tweet itu biasanya pas lagi sedih/pusing pokoknya kalo mau ngeluh aku buka twt, karna bingung di rl mau cerita ke siapa jadi aku curhatnya di twt. Terus juga kadang pas lagi sedih buka twt ada aja yang bisa bikin ketawa jadi ya bisa buat hiburan juga

P: Apakah dengan mengakses konten yg ada di twitter dapay dapat membuat diri kamu senang, hal-hal apa yg membuat kamu senang

I: Bukan senang si, lebih ke terhibur. Kadang ada replyan yang bisa bikin ketawa kalo ga ya bacain thread meme lucu

P: Apakah dengan mengunggah foto, tweet ingin menonjolkan sisi dari diri kamu

I: Ga juga si, soalnya aku jarang upload foto muka sendiri. Lebih ke kaya akun alter

P: Apakah dengan mengunggah foto, tweet untuk meningkatkan status individu (kaya pengen banyak dikenal orang)

I: Kalo itu ngga juga, karna dari awal bikin Twitter niatnya cuma buat akun sambat bukan buat yg lainnya

P: Kenapa tidak berteman dengan keluarga atau teman real life di Twitter

I: Ga ada alasan khusus si, cuma ga mau mereka tau kalo aku lagi ga mood or lagi ada something. Terus juga males jadi bahan ghibahan wkwk

P: Alasan yang mendasari berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain

I: Seneng aja ada yang bisa nanggapi curhatan kita walaupun itu stranger dan mereka ga pernah banding bandingin masalah yang kita curhatin dengan Maslaah hidup mereka. Jadi anak anak twt itu kalo menurut ku lebih enak di ajak cerita dari pada temen rl yang kadang suka adu nasib kalo di ajak curhat

P: Apakah dengan kamu mengunggah, agar orang lain mengetahui apa yang sedang kamu rasakan

I: Engga, dengan mengunggah sesuatu di twt ya biar perasanya lebih lega aja setidaknya udah ga di Pendem sendiri, perkara mereka mau reply atau ngga curhatan ku juga aku ga masalah si. Yang penting udah lega aja

INFORMAN 2

Tanggal : 29 Juni 2022

Waktu : 18.42 - selesai

Media : chat Whatsapp

Peneliti : Lia Yulianti

Informan : Dyah Titi Sumpenowati

P: alasan memakai twitter itu kenapa

I: untuk mengetahui berita terkini/ hal-hal yang sedang banyak dibicarakan orang

P: sejak kapan memakai twitter

I: 2017

P: frekuensi mengakses twitter berapa jam

I: biasanya cuman 5-15 menit

P: seminggu berapa kali mengakses twitter

I: setiap hari

P: apakah menggunakan twitter dapat memenuhi kebutuhan informasi kamu

I: iyaa

P: kebutuhan informasi apa saja yang didapatkan

I: kebutuhan informasi terkait hiburan, politik teknologi, musik, tren terkini, peristiwa terkini

P: berapa akun yang kamu punya

I: cuman satu

P: apakah dengan menggunakan twitter dapat mengetahui minat yang kamu sukai

I: iyaa

P: konten seperti apa yang kamu sukai

I: musik

P: pengalaman emosi seperti apa yang dirasakan ketika mengakses twitter

I: senang, karna bisa mengetahui tren-tren terkini dan bisa up to date dengan topik yang banyak dibicarakan

P: apakah twitter dapat mengekspresikan diri kamu

I: tidak

P: apa bentuk mengekspresikan diri

I: sudah lama tidak menulis tweet, lebih banyak mengekspresikan diri di media lain yang lebih privat

P: apakah dengan pengguna lain berinteraksi dan berkomunikasi

I: tidak, karena menggunakan twitter hanya untuk update informasi dan hiburan

P: biasanya kapan membuka twitter

I: saat sedang ada waktu senggang

P: konten seperti apa yang biasanya disukai

I: konten terkait update musik dan musisi

P: dampak positif dan negatif twitter

I: damn pak positifnya si mungkin lebih up to date, kalo dampak negatifnya kayaknya ga ada soalnya aku makenya juga ga lama-lama

Wawancara lanjutan

P: Alasan kenapa Twitter dapat memenuhi kebutuhan informasi

I: ditwitter itu biasanya yang trending itu hal-hal yang biasa jadi topik perbincangan yang terkini gitu

P: Kenapa memilih Twitter padahal banyak aplikasi yg menyediakan informasi

I: sebenarnya ga cuman twitter kalo dapet ada juga dari media lain cuman karena twitter lebih gampang akses apalagi kalo kuota nya lagi sedikit twitter itu lebih gampang.

P: Perasaan seperti apa yg pernah dirasakan ketika mengakses Twitter (sedih, senang atau emosi) jika iya hal apa yg membuat (sedih, senang, atau emosi)

I: lebih banyak senang, kalo sedih itu pas lagi buka twitter yang lagi galau-galau kaya lumayan membantu mengurangi beban meneurutku si kalo baca yang galau-galau gitu karna merasa ada orang yang punya permasalahan yang sama

P: Apakah dengan mengakses Twitter dapat membuat dir kamu senang, dalam hal seperti apa

I: iya soalnya kadang juga ada informasi yang menghibur kaya misalkan informasi musik, kaya musik terbaru dari penyanyi yang aku suka itu dapat menghibur

P: Alasan tidak berinteraksi dan berkomunikasi

I: Karena twitter terlalu publikasinya terlalu gede aku lebih komunikasi lewat media sosial yang lebih privat kaya whatsapp gitu

INFORMAN 3

Tanggal : 30 Juni 2022

Waktu : 07.42 - selesai

Media : chat Whatsapp

Peneliti : Lia Yulianti

Informan : Alifia Furaida Salsabila

P: alasan memakai twitter itu kenapa

I: pertama kali aku bikin twitter itu pas kelas 2. Alesannya juga cukup lucu, alesan dulu akhirnya bikin twitter karena aku fans iqbaal coboy junior. Iqbal salah satu idola yang pada saat itu aktif banget main twitter. Jadi sebagai penggemar aku ga mau dong ketinggalan info dari dia. Aku ikutin twitter si iqbla, aku bacain twitt dia dan ga lupa sesekali aku kasih like dan retweet postingan dia. Sampe akhirnya aku kelas 3 smp, aku berhenti main sosmed karena alesan klasik yaitu ujian. Nah sejak dari itu aku berhenti mainsosmed, udah ga begitu terlalu fans sama dia. Kemudia sampe SMA kira-kira kelas 3 aku buka twitter lagi dan coba follow beberapa artis atau orang yang cukup menginspirasi aku. Ga lupa juga aku juga follow akun-akun komedian dan akun yang sukanya bikin cerita atau yang suka bikin rekomendasi barang untuk di beli. Jadi bisa disimpulkan tujuan awal aku bermain twittee itu, hanya sebagai penggemar idola saja, tapi kalo untuk sekarang tujuanku untuk menghibur diri sendiri aja dan update tentang informasi yang sedang ramai diperbincangkan.

P: sejak kapan mempunyai akun twitter

I: mulai bermain twitter mulai kelas 2 SMP berarti tahun 2014 kayaknya

P: frekuens sehari buka twitter berapa jam

I: satu jam an aja si, paling lama 2 jam tapi jarang

P: seminggu mengakses berapa kali

I: setiap hari aku buka twitter

P: apakah dengan menggunakan twitter dapat memenuhi kebutuhan informasi

I: iyaa bisa banget. Di twitter tuh informasinya pokoknya lengkap, mulai dari informais yang sepele sampe tentang negara pun ada. Jadi ga akan ketinggalan informasi apa-apa kalo buka twitter

P: punya berapa akun

I: Cuma punya satu akun aja

P: apakah dngan menggunakan twitter dapat menegtahui minat kamu terhadap sesuatu

I: justru twitter itu medianya buat aku cari hal yang aku minatku apa jadi aku tinggal sesuain akun yang aku follow supaya ga ketinggalan info-info yang dibagikan sama akun itu

P: konten seperti apa yang kamu minati

I: untuk saat ini aku lebih minat konten yang menghibur, sama rekomendasi olshop aja

P: pengalam emosi sperti apa yang dirasakan ketika mengakses twitter

I: emosi, marah, senang, sedih pernah semua. Tergantung thread apa yang lagi dibaca

P: apakah twitter dijadikan tempat untuk mengekspresikan diri

I: iya bener banget, karena ga ada orang yang kenal aku dan akunnya aku privat, dan juga nama akunnya pun sama sekali bukan nama aku. Aku bisa bebas mengekspresikan diri aku

P: dalam bentuk seperti apa mengekspresikan dirinya

I: aku bikin tweet aja, aku cerita apa aja yang lagi aku rasain

P: apakah berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengguna lain

I: engga, tapi kadang ikut komen aja di postingan orang lain

P: kapan waktu yang biasanya digunakan untuk mengakses twitter

I: pagi-pagi habis tidur lebih sering itu. Tapi emang iya pas pagi habis bangun tidur

P: apakah mengakses twiter untuk hiburan

I: iyaa

P: konten seperti apa yang dijadikan sebagai hiburan

I: konten komedi aja biasa ada akun komedi yang selalu posting hal-hal lucu

P: dampak positif dan negatif twitter

I: dampak positifnya kita bisa lebih tau informasi-informasi yang sedang ramai diperbincangkan. Bukan hanya itu, kita bahkan bisa cari informasi yang ekiranya kita butuhin, kita juga bisa mendapatkan hiburan dari bermain twitter. Dampak negatifnya karena aku follow akun rekomendasi olshop jadi alapr mata pengen belanja terus.

P: nama lengkap

I: Alifia Furaida Salsabila

P: asal

I: Purwokerto

P: umur

I: 22 tahun

Wawancara lanjutan

P: alasan kenapa twitter dapat memenuhi kebutuhan informasi

I: karena twitter sendiri merupakan salah satu media yang menampung berbagai berita entah itu berita dalam negeri maupun luar negeri, berita-berita tuh cukup lengkap mulai dari berita politik, ekonomi kebudayaan, sosial, pemerintahan bahkan berita tentang selebritis ada semua

P: Perasaan seperti apa yg pernah dirasakan ketika mengakses Twitter (sedih, senang atau emosi) jika iya hal apa yg membuat (sedih, senang, atau emosi)

I: semua perasaan udah pernah dirasain tergantung dari apa yang aku baca ditwitter, ditwitter kan banyak banget informasi aku bisa ngrasa sedih senang emosi dalam waktu yang bersamaan ditwitter kan bisa akses lebih dari satu berita

P: Apakah dengan mengakses Twitter dapat membuat dir kamu senang, dalam hal seperti apa

I: iya jelas kan aku ditwitter ga cuman bacain berita aku juga cari informasi yang berguna buat aku, karna aku perempuan dan aku suka banget belanja online aku suka cari rekomendasi-rekomendasi baju atau sepatu ditwitter, karna aku mahasiswa fresh graduate yang mencari kerja aku juga sering informasi ditwitter kaya cara bikin cv yang bener cara nanti wawancara ya kaya informasi penting kaya gitu. Informasi yang penting dan berguna dan juga bikin seneng karena aku punya ilmu baru dari informasi tersebut.

P: kan kamu bikin twett, apakah hal tersebut dilakukan agar orang lain tau apa yang akmu sedang rasakan

I: engga semua orang bisa baca twitter ku karena twitterku ini diprivasi jadi semua orang ga bisa baca statusku bahkan aku ga pernah mau acc orang ngefollow aku jadi akun itu aku buat cuman untuk curhat. Jadi juga ga ada yang follow yang tau cuman aku

P: kenapa lebih sering curhat ditwitter

I: dibilang suka juga engga si. Aku curhat ditwitter kalo lagi pengen aja, kalo ga pengen ya ga curhat dan lebih sering ga pengen

INFORMAN 4

Tanggal : 29 Juni 2022

Waktu : 19.37 - selesai

Media : chat Whatsapp

Peneliti : Lia Yulianti

Informan : Cita Najma Zenitha

P: alasan memakai twitter itu kenapa

I: karena kita menjadi bisa menjadi orang lain selain diri kita

P: sejak kapan mempunyai twitter

I: sejak 2 tahun lalu bulan juni 2020

P: frekuensi menggunakan twitter berapa lama

I: biasanya malem 7 sampe jam 10, trus kalo pagi jam 5 atau jam 6

P: kira-kira berapa jam sehari buka twitter

I: 5 jam tapi ga sering-sering banget dijam tertentu

P: apakah dengan menggunakan twitter kebutuhan informasi terpenuhi

I: kalo informasi si kurang, kebanyakan buat hiburan. Soalnya juga ga pernah nyari informasi berita tentang politik twitter buat hiburan seperti musik-musik terkini trus sama artis-artis yang lagi trend

P: punya berapa akun twitter

I: untuk akun twitter si punya 3 akun

P: fungsinya apa aja

I: untuk akun pribadi trus akun untuk akun baca au, trus yang satunya lagi kosongan udah lama ga dipake juga

P: apakah dengan menggunakan twitter dapat mengetahui minat kamu terhadap suatu hal

I: tentu saja, minatnya ada dibanyak hal musik, kata-kata lucu, kata-kata motivasi, sama aplikasi terbaru

P: pengalam emosi seperti apa yang dirasakan ketika mengakses twitter

I: emosi, kaya membahas suatu hal trus ada perbedaan pendapat dan yang kubu satu pendapatnya lebih benar jadi lebih emosi

P: apakah twitter dijadikan sebagai tempat untuk mengekspresikan diri

I: tentu saja karna kita kan ga bisa mengekspresikan diri kita sebagaimana yang diinginkan diri kepada orang tapi di twitter dapat mengekspresikan diri kita sebebas-bebasnya seperti kaya kata-kata kasar atau kata-kata kurang pantas dapat diluapkan ditwitter

P: bentuk mengekpresikan dirinya seperti apa

I: untuk upload foto jarang malah hampir ga pernah, tapi kalo tweet sering kaya sambat, motivasi diri

P: apakah dengan pengguna lain saling berkomunikasi dan berinteraksi

I: iya berinteraksi, ada eberapa yang berkomunikasi leat dm apa saling membalasa tweet, kalo temen-temen nya kebanyakan virtual karna kalo di twitter ga berteman sama temen-temen real life

P: apakah mengakses twitter dijadikan sebagai tempat untuk mencari hiburan

I: kalo hiburan tentu saja

P: kapan biasanya waktu untuk mengakses twitter

I: kalo lagi senggang si, atau lagi kerja gabut trus liat twitter

P: konten yang biasanya dijadikan hiburan seperti apa

I: biasanya si kpop itu saya suka sekali

P: dampak positif dan negatif twitter

I: dampak positif kita jadi tau perspektif orang lain jadi banyak belajar pemikiran orang lain juga menghibur, trus kalo negatif jadi bakal sulit menyaring informasi karena terlalu banyak informasi yang beredar karna ditwitter kan orang bebas berpendapat jadi harus pinter-pinter memilih sumber-sumber terpercaya jangan sampai menjadi hal negatif buat dri sendiri

P: nama lengkap

I: Cita Najma Zenitha

P: umur

I: 23 tahun

P: asal

I: Tasikmalaya

Wawancara lanjutan

P: Alasan Twitter tidak memenuhi kebutuhan informasi kamu

I: karena misalkan sudah memfollow akun-akun penting yang ingin saya ikuti tapi ditime lime di twitter muncul akun-akun yang viral yang sedang tren, sedangkan aku tidak ingin melihat itu tapi justru malah muncul sedangkan akun-akun yang saya follow malah tidak muncul

P: Apakah dengan mengakses Twitter dapat membuat diri kamu senang (dalam hal apa)

I: ketika membaca AU atau cerita karang-karangan fiksi yang berada diakun twitter

P: Kenapa Twitter dijadikan tempat untuk berkeluh kesah (sambat?)

I: sebab ditwitter diri kita menjadi orang lain, kita menjadi berkeluh kesah dengan berkata-kata kasar tanpa perlu khawatir judgemen orang lain, karena orang lain juga melakukan hal yang sama jadi tidak perlu takut akan judgmental dari orang lain

P: Apakah dengan mengunggah tweet ingin menonjolkan sisi diri kamu

I: tentu saja, saya sejak mendownload twitter saya jadi bisa menonjolkan sisi lain dari diri saya.

P: Alasan tidak mengunggah foto atau video

I: karena saya tidak ingin orang-orang tau saya aslinya seperti apa dari fisik maupun keseharian

P: Apa yg membuat kamu berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain

I: biasanya karena memiliki hobi yang sama, misalnya dia punya kesukaan suka tentang makanan kita membahas makanan, saling berinteraksi dikolom komentar atau saling mengutarakan pendapat kaya menurutku si begini kaya menurut kamu bagaimana, jadi saling bertukar pikiran dikolom komentar juga melihat perspektif orang lain yang ada ditwitter

P: Trus kenapa tidak berteman dengan anggota keluarga dan teman real life di twitter

I: sebab saya ingin menjadi diri saya yang lain tanpa diketahui oleh temen temen yang lain, karna kan saya di real life saya berusaha menjaga citra atau nilai diri saya dengan baik saya memiliki citra pandangan yangbaik dimata orang-orang, saya kan ga bisa menonjolkan keburukan didepan orang-orang dengan twitter saya menonjolkan sisi diri saya yang itu.

P: Dengan mengunggah tweet, agar dapat dikenal banyak orang

I: sebenarnya saya tidak ada tujuan mengunduh twitter biar dapat dikenal orang banyak atau menjadi seleb tweet, saya menggunakan twitter hanya sebagai kesenangan dan mengetahui informasi terbaru saja tapi saya juga tidak meneutup kemungkinan untuk saling berinteraksi saling mengikuti saya rtidak meneutup kemungkinan karna kan kita meluaskan jangkauan dan koneksi menggunakan twitter

INFORMAN 5

Tanggal : 29 Juni 2022

Waktu : 13.00- selesai

Media : wawancara langsung di kos informan

Peneliti : Lia Yulianti

Informan : Hanifah Asjad Andriani

P: alasan kenapa memakai twitter

I: untuk mencari informasi ter update, seperti di Indonesia lagi trending apa biasanya aksesnya lebih ke twitter biasanya ditwitter lebih update dari pada media sosial lainnya trus dulu punya twitter juga buat update tentang korea

P: Sejak kapan memiliki twitter

I: Kelas 6 SD

P: Frekuensi mengakses twitter berapa jam

I: Sehari nya cuman 1 sampai 2 jam

P: Biasanya satu minggu berapa kali mengakses twitter

I: Biasanya 4 kali mengakses twitter tergantung ga setiap hari

P: apakah dengan menggunakan twitter dapat memenuhi kebutuhan informasi

I: iya lebih cepet aja kalo ditwitter

P: kebutuhan informasi apa saja yang didapatkan

I: karna lebih suka kpop jadi kebanyakan informasinya tentang kpop

P: berapa akun yang kamu punya

I: cuman satu

P: apakah dengan menggunakan twitter dapat mengetahui minat kamu tentang suatu hal

I: iya dapat informasi ditwitter aku kan suka desain biasanya ditwitter gambarnya HD, suka kpop nah ditwitter gambarnya jernih jadi enak buat di edit

P: Konten apa yang kamu minati

I: tentang kpop sama desain

P: apakah twitter dijadikan tempat untuk mengekspresikan diri kamu

I: engga karena ditwitter cuman buat update informasi aja ga upload tentang foto, video atau kesehariannya aku

P: apakah dengan pengguna twitter lain saling berinteraksi dan berkomunikasi

I: iya berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang yang sama-sama suka kpop

P: Bentuk interaksinya seperti apa

I: biasanya retweet, komen, DM

P: kapan atau dalam keadaan seperti apa kamu mengakses twitter

I: kalo lagi senggang, juga pengen cari inspiratif

P: konten seperti apa yang disukai

I: kpop si

P: dampak positif dan negatif twitter

I: kalo dampak positifnya informasinya lebih cepat kalo ngakses lebih enak soalnya dari twitter bisa nyari informasi paling terbaru paling terpopuler kalo misalnya diinstagram ga ada, trus kalo ada nyari comeback kaya baru beberapa etik beda kalo instagram biasanya yang paling banyak like trus juga gambarnya HD juga gampang nyimpen gambar, dampak negatifnya kadang semua orang pake twitter jadi informasinya ga kesaring jadi banyak hoax soalnya banyak yang ngakses jadi harus nyari info yang bener mana, trus juga kalo ada yang ngetweet pake hastag sama kadang orang ngomong apa pake hastag itu jadi susah jadi banyak ngesroll nya jadi bener-bener harus teliti

P: nama lengkap

I: Hanifah Asjad Andriani

P: umur

I: 22 tahun

P: asal

I: Cilacap

Wawancara lanjutan

P: Alasan kenapa Twitter dapat memenuhi kebutuhan informasi kamu

I: Kan aku jarang tuh tau trend2 di Indonesia, nah kalo misal ada yg viral, trus aku penasaran, nah aku caranya langsung ke twitter, soalnya aku termasuk orang yang ga pake tiktok. Aku baru pake tiktok baru2 ini. Jadi kalo cari informasi kaya gitu masih nyaman lewat twitter. Trus kan tujuan pertama ku buat akun dama pake twitter buat dunia per-kpop-an. Dan selama aku jadi kpopers, menurutku informasi yg paling gampang sama cepet di dapet itu lewat twitter. Soalnya kpop idol kan ga punya akun pribadi medsos (kalo buat yg senior banyak sih yang punya), tapi biasanya kan kalo akun medsos official itu banyaknya update di akun twitternya. Misal nih aku sekarang lagi nge-stand enhypen, mereka punya akun medsos official di mana2, tapi kalo twitter punya dua, yg satu official yg dipegang agensi, yg satu official member, yg di pegang sama member. Trus juga sekarang kan ada weverse kan, updatenya jadi banyak juga di weverse, aku biasanya kalo cari informasi ke twitter sama weverse itu. Karena membernya banyak update di twitter sama wevers, jadi fansnya pada ngumpul di situ deh. Jadi informasi2 pada munculnya di situ

P: Perasaan seperti apa yg pernah dirasakan ketika mengakses Twitter (sedih, senang atau emosi) jika iya hal apa yg membuat (sedih, senang, atau emosi)

I: Semuanya pernah tak rasain sih wkwk. Kalo akhir2 ini, berita covid sih yg buat sedih, juga awal tahun ini artis hype kan banyak yg kena covid tuh, nah waktu enhypen juga kena, jadi kalo lagi ada jadwal, membernya ga komplit. Kalo seneng banyak

P: Contohnya apa, trus kalo yg emosi apa juga

I: Akhir2 ini yg buat seneng itu pas enhypen ngadain voice spice, karena udah lama ga ngelive bareng full member, juga pas itu lagi nyiapin comeback kan, jadi pas voice spice banyak nge spoiler wkwk. Kebanyakan sih seneng karena berita2 dunia kpop sih wkwk. Emosi tuh pas kalo lagi baca tweet war antar fandom, kadang ga nalar aja sih, banyak hal ga penting tapi di omongin. Biasa lah warga net kalo ngomong di medsos suka bar2. Voice spice itu live tanpa visual, mirip radio, tapi itu di twitter.

P: Apakah berteman dengan anggota keluarga di Twitter

I: Engga li, Kakakku punya, hani juga punya, tapi ga pernah kaya saling cari ID nya, apalagi komunikasi DM-an wkwk

P: Alasan nya kenapa

I: Kenapa yah, kalo kakakku punya twitter katanya cuma buat liat trending, ga ada apa2 katanya di akun dia. Mungkin karena ada cara lebih praktis sama cepet selain pake

twitter. Kalo masalah buat komunikasi nya. Di keluargaku ga ada yg pake twitter buat posting keseharian. Jadi twitter pada punya cuma buat kepentingan pribadi masing2

P: Alasan yang mendasari ingin berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain

I: Pertama dulu waktu awal2 punya twitter, aku antusias banget soalnya ga banyak kpopers di sekitarku kan, nah karena di twitter ada fanbase, jadi pengen lebih kenal ke pengguna2 nya. Jadi bisa sharing2 ngomongin bias masing2 yg ada di pikiran kita jadi enak dituangin sesuka kita Itu yg buat aku semangat komunikasi ke banyak pengguna

P: Berarti kamu ikut akun korea2 gitu, Trus sharing2

I: Iyap, Iyaa, tapi dulu wkwk, sekarang jarang, Dulu pas jaman fans suju. Sama banget juga, terakhir sharing2 banget pas awal SMA

INFORMAN 6

Tanggal : 29 Juni 2022

Waktu : 14.00- selesai

Media : wawancara langsung di kampus

Peneliti : Lia Yulianti

Informan : Siska Fadillah Sari

P: alasan memakai twitter itu kenapa

I: ingin mendatka informasi karena twitter sumber informasi pertama dan paling cepat pada media sosial

P: sejak kapan memili twitter

I: saya menggunakan twitter sejak tahun 2020 pertengahan

P: biasanya berapa lama menggunakan twitter

I: karena saya sedang mengerjakan skripsi maka tidak kurang dari satu jam saya membuka twitter, kalo biasanya sehari sampai 5 jam

P: dalam seminggu berapa kali mengakses twitter

I: setiap hari

P: apakah dengan menggunakan twitter dapat memenuhi kebutuhan informasi

I: jelas

P: kebutuhan informasi apa yang didapatkan

I: kalo ditrending saya si informasi publik biasa, berita kadang random si

P: berapa akun yang kamu punya

I: punya satu si

P: apakah dengan menggunakan twitter dapat mengetahui minat kamu tentang suatu hal

I: jelas banget, saya menyukai politik

P: konten apa yang disukai

I: saya menyukai politik, kontroversi

P: pengalaman emosi seperti apa si

I: sebenarnya biasa aja si, tidak terlalu senang

P: apakah twitter dijadikan sebagai tempat mengekspresikan diri

I: iya si karena kalau ig terlalu bermuka dua ibaratnya kalau twitter apa adanya, maka dari itu buat akun tidak tergantung nama

P: dalam bentuk apa kamu mengekspresikan diri

I: biasanya foto trus bikin tweet

P: apakah dengan pengguna twitter lain saling berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain

I: iya jelas

P: bentuk interaksinya seperti apa

I: komentar postingan si

P: kapan atau dalam keadaan seperti apa kamu mengakses twitter

I: keadaan senggang si, gabut

P: konten seperti apa yang biasanya disukai untuk hiburan

I: random si yang lucu-lucu juga

P: dampak positif dan negatif twitter

I: belum ada si

P: nama lengkapnya

I: Siska Fadillah Sari

P: umur

I: 22 tahun

P: asal

I: Kebumen

Tidak meningkatkan rasa percaya diri

Wawancara lanjutan

P: Kan banyak aplikasi/web yang menyediakan informasi kenapa memilih Twitter

I: Karna Twitter sumber informasi terupdate dan tercepat

P: Perasaan seperti apa yg pernah dirasakan ketika mengakses Twitter (sedih, senang atau emosi) jika iya hal apa yg membuat (sedih, senang, atau emosi)

I: Senang. Karna blselain bisa mendapatkan informasi, juga banyak hiburan lainnya, seperti contohnya tweet lucu, meme, video lucu dll, Sedih jelas. Tergantung tweet apa yang saya akses Senang, meme video lucu Sedih, seperti hal² kasus kematian atau kehilangan Ya pada umumnya orang sedih

P: Apakah dengan mengunggah foto dan tweet, ingin menonjolkan sisi dari diri kamu

I: Saya pribadi tidak

P: Alasan mengunggah tweet dan foto

I: Ingin mendokumentasikan, sebab jika foto hilang, Twitter mampu untuk menyimpannya

P: Tweet seperti apa yg biasanya ditulis

I: Tergantung perasaan saya saat ini

P: Apakah dengan mengunggah foto, tweet untuk meningkatkan status individu (kaya banyak dikenal banyak orang)

I: Saya pribadi tidak. Akun Twitter saya pun juga tidak menggunakan nama asli

P: Kenapa tidak berinteraksi dan berkomunikasi dengan keluarga

I: Twitter adalah bagian lain dari saya. Tidak semua hal harus di ceritakan oleh keluarga

P: Apakah dengan mengakses Twitter dapat membuat senang, hal -hal seperti apa yang membuat senang

I: Iya. Contohnya saat mengakses hal² yang lucu, seperti meme atau video



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Lia Yulianti

NIM : 1817102023

Tempat/Tanggal Lahir: Banyumas, 4 Juli 1999

Alamat : Jl Jend Sutoyo, Rt 5/8, Kel. Kedungwuluh, Kec.Purwokerto Barat, Kab. Banyumas

E-mail : liaayulianti0407@gmail.com

Nama Ayah : Kuson

Nama Ibu : Susi Krisnawati

Riwayat Pendidikan:

- a. SD N 3 Kedungwuluh
- b. SMP N 5 Purwokerto
- c. MAN 2 Purwokerto

Pengalaman Organisasi

Komunitas Radio Star 2018

Saya tersebut di atas

Lia Yulianti
NIM.1817102023