

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama & Judul Jurnal	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Zikri Fachrul Nurhadi	Model Komunikasi Sosial Remaja Melalui Media Twitter.	Penelitian ini menyimpulkan ada dua motif, yaitu motif karena dan motif untuk. Motif karena penggunaan media Twitter adalah perkembangan lingkungan pergaulan dan teknologi, hiburan, mudah digunakan, penyampaian serta penerimaan pesan terbilang cepat, dan tidak terbatas ruang dan juga waktu. Motif untuk yaitu mendapatkan informasi terkini atau cepat, menjadikan mediasosial untuk berbisnis, menunjukkan eksistensi diri, serta mencari relasi dan mendapat teman baru.
<p>(1) Perbedaan pada penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan terletak pada tujuan dan hasil. Jika penelitian diatas lebih membahas mengenai pengalaman khusus pelajar SMA, pada penelitian yang dilakukan membahas mengenai sikap tolong menolong pengguna Twitter dengan <i>tagline</i> fenomenal Twitter. Perbedaan juga terletak pada fokus penelitian, yang mana pada penilitan ini lebih memfokuskan bahwa media sosial Twitter dapat digunakan sebagai media <i>sharing</i> untuk tolong-menolong antar sesama manusia</p>		
Christiany Juditha	Fenomena <i>Trending Topic</i> di Twitter: Analisis Wawancara Twit	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tema yang paling menonjol adalah penggambaran sosok Haji Lulung secara negatif (sindiran) oleh para netizen. Skema pendapat netizen

	#SaveHajiLulung	ini mengikuti perkembangan isu kasus setiap harinya.
(2) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan isi atau fokus dari penggunaan Twitter, jika penelitian diatas menggunakan <i>hashtag</i> (#) sedangkan, penelitian yang dilakukan menggunakan kalimat yang fenomenal di Twitter dan selalu berada diawal keseluruhan tulisan atau cuitan, yang mana pada penelitian ini menggunakan <i>caption</i> “Twitter, please do your magic!”.		
Suzy Azeharie dan Octavia Kusuma	Analisis Pengguna Twitter sebagai Media Komunikasi Selebritis di Jakarta	Hasil penelitian analisis ini menunjukkan bahwa alasan Indra Aziz, Pongki Barata dan Kerispatih memilih Twitter karena penggunaannya lebih mudah jika dibandingkan dengan media sosial lainnya. Penggunaan Twitter dinilai sangat efektif karena para selebritis dapat menyamakan segala informasi yang ingin diberikan.
(3) Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan terletak pada penggunaan teori, jika penelitian diatas menggunakan 4 teori, penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori satu teori yaitu CMC (<i>computer mediated communication</i>).		
Iswandi Syahputra	Demokrasi Virtual dan Perang Siber di Media Sosial Perspektif Netizen Indonesia.	Dari hasil penelitian menyatakan bahwa perang siber di media sosial telah membentuk dua polarisasi netizen, polarisasi tersebut dapat dijabarkan sebagai kelompok konservatif dan kelompok liberal. Kedua kelompok ini aktif memproduksi informasi, isu, wacana, opini, dan rumors melalui media sosial.
(4) Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian diatas, jika penelitian ini membahas mengenai media sosialq pada perspektif netizen Indonesia, penelitian ini lebih mengerucut lagi dalam penggunaan medianya, yaitu media sosial Twitter.		

<p>Agus Efendi, Puwandi Indri Astuti, dan Nuryani Tri Rahayu</p>	<p>Analisis Pengaruh Media Baru terhadap Pola Interaksi Sosial Anak di Kabupaten Sukoharjo.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penggunaan media baru di kalangan anak usia 8-12 tahun di Kabupaten Sukoharjo dalam kategori sedang (1,89) dan interaksi sosialnya dalam kategori tinggi (2,45).</p>
<p>(5) Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian diatas terletak pada metode penelitian yang digunakan, meskipun sama-sama mengusung media baru, penelitian ini menggunakan pengumpulan data dengan wawancara, penelitian diatas menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Selain itu pada jurnal ini membahas dampak buruk yang terjadi atau dialami pengguna media sosial, lainnya halnya dengan penelitian yang akan dilakukan dalam tulisan ini. Yang mana penelitian ini mengangkat sisi positif yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial khususnya Twitter.</p>		
<p>Tyas Eka Damayanti</p>	<p>Pemanfaatan Twitter sebagai Media <i>Information</i> <i>Sharing</i> di Perpustakaan.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan gambaran yang mendalam mengenai pemanfaatan Twitter oleh perpustakaan dimana pemanfaatan tersebut mencakup unsur perencanaan, kegiatan, strategi, pelaksanaan dan evaluasi. Dalam hal <i>information sharing</i>, Twitter memberikan kemudahan akses, koneksi yang selalu terhubung dan perluasan jangkauan dengan <i>retweet</i> sehingga Twitter memiliki potensi yang besar sebagai media <i>sharing</i> antara perpustakaan dengan penggunanya.</p>
<p>(6) Perbedaan pada penelitian ini menunjukan menyangkut <i>information sharing</i>, Twitter menunjukan kemampuannya hal kemudahan akses terhadap akun, koneksi yang selalu terhubung dan perluasan jangkauan dengan fitur yang ada didalamnya yaitu <i>retweet</i> sehingga media sosial Twitter memiliki potensi yang</p>		

<p>besar sebagai media <i>sharing</i> antara perpustakaan dengan penggunanya. Apabila pada penulisan jurnal ini lebih memfokuskan pemanfaatan <i>sharing</i> di perpustakaan, lain halnya dengan penelitian ini yaitu, memanfaatkan media sosial Twitter untuk <i>sharing</i> informasi yang berisi untuk membantu sesama manusia.</p>		
<p>Eun-Ju Lee dan Ye Weon Kim</p>	<p><i>How social is Twitter use? Affiliative tendency and communication as predictors</i></p>	<p>Hasil penelitian membuktikan mereka yang menggunakan Twitter untuk mengawasi menghabiskan lebih banyak waktu di Twitter yang lebih besar, sementara mereka yang menggunakan Twitter untuk ekspansi jaringan mem-<i>posting tweet</i> dan lebih sering me-<i>retweet posting</i> orang lain.</p>
<p>(7) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada penggunaan metode penelitian yang dilakukan. Jika penelitian diatas menggunakan metode kuantitatif, maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Meski sama-sama menggunakan media sosial Twitter, tetapi penelitian ini lebih fokus pada proses sebuah <i>caption</i> Twitter mampu menggerakkan penggunanya untuk saling membantu orang lain. Perbedaan pada penelitian juga dapat dilihat dari fokus penelitian yang dicari. Jika penelitian terdahulu membahas mengenai jumlah pengguna Twitter untuk suatu hal. Penelitian ini membahas mengenai penggunaan Twitter untuk tujuan yang positif yang tentunya perlu untuk ditiru.</p>		

Media sosial Twitter juga lebih sederhana dan cepat yang tentunya memudahkan warga Twitter dalam penggunaannya. Hal inilah pula yang membuat pengguna Twitter lebih tertarik menggunakannya daripada media sosial lainnya, contohnya Facebook. Pemilik akun Twitter dapat melihat informasi melalui *timeline* (beranda Twitter) yang berisi status atau *tweet* dari yang telah diikutinya atau *following* dan juga status yang dibagikan oleh pengguna akan dilihat oleh pengguna yang telah mengikutinya atau disebut dengan *followers*.

Pada jurnal pertama menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan observasi partisipan, studi pustaka dan wawancara mendalam, dengan tujuan penelitian ini adalah menemukan serta menjelaskan motif, pengalaman dan interaksi sosial pada komunikasi sosial remaja khususnya pelajar SMA. Meskipun pada penelitian ini dan penelitian terdahulu menggunakan pendekatan yang sama yaitu Kualitatif namun, terdapat perbedaan tujuan penelitian dan sasaran penelitian, yang mana penelitian terdahulu lebih fokus membahas pelajar SMA, pada penelitian ini menggunakan netizen *caption* “Twitter, *please do your magic!*”.

Pada jurnal kedua, Penelitian ini menggunakan metode analisis wawancara Van Dijk yaitu struktur makro, super struktur dan struktur mikro. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang analisis wacana twit #SaveHajiLulung yang menjadi *treading topic* di Twitter. Penelitian terdahulu menggunakan teknik wawancara dari Van Dijk yaitu struktur makro sedangkan, penelitian ini menggunakan teknik wawancara tak terstruktur untuk mendapatkan hasil wawancara yang lebih mendalam dari narasumber.

Pada jurnal ketiga Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan menggunakan teori komunikasi massa, *uses and gratification model*, *new media*, media sosial selebritis dan teori *Public Relations on Internet*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan serta kegunaan Twitter sebagai media komunitas selebritis. Jika pada jurnal ketiga menggunakan beberapa teori sebagai landasan dalam melakukan penelitian, lain halnya dengan penelitian ini, yaitu menggunakan teori CMC (*computer mediated communication*)

Jurnal keempat, Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan mengambil data dengan wawancara mendalam terhadap netizen sebagai opinion maker di media sosial, studi dokumen, dan studi literatur terkait penelitian. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis terkait ujaran kebencian dan juga perang siber pada media sosial. Penelitian memiliki fokus pada ujaran kebencian dan perang di

dunia maya, sedangkan penelitian ini menggunakan *caption* “Twitter, please do your magic!” untuk dijadikan sebagai fokus dalam penelitian.

Jurnal kelima Metode penelitian yang digunakan adalah eksplanatif korelasi kausal dengan metode survei menggunakan instrumen utama *kuesioner*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan penggunaan media digital oleh anak, pola interaksi sosial anak, dan pengaruh penggunaan media baru terhadap sosiabilitas anak di Kabupaten Sukoharjo. Penelitian terdahulu menggunakan metode survei, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menggunakan wawancara menjadi sumber data dalam melakukan penelitian.

Pada jurnal keenam Metode penelitian yang digunakan pada jurnal ini menggunakan multi sumber dan Instrumen yaitu dengan metode wawancara, observasi dan analisa dokumen serta penggunaan informan yang mampu memberikan informasi mendalam. Tujuan penelitian pada jurnal ini adalah untuk menelaah secara mendalam pemanfaatan Twitter di perpustakaan wilayah kota Surabaya dan *information sharing* yang terjadi antara perpustakaan dengan pengguna pada akun Twitter perpustakaan. Jurnal ini memiliki fokus terhadap penggunaan sharing informasi dalam hal memudahkan mobilitas di perpustakaan sedangkan, penelitian ini menggunakan *sharing* informasi untuk aksi tolong-menolong.

Pada jurnal terakhir Metode penelitian yang digunakan menggunakan survei dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada responden Tujuan penelitian untuk mengetahui kecenderungan afiliasi, kompetensi komunikasi secara positif memprediksi penggunaan Twitter untuk ekspansi jaringan dan penggunaan negatif pada Twitter yang fokus pada diri sendiri. Penelitian terdahulu menggunakan survei, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik wawancara kepada Enam narasumber untuk pengumpulan datanya.

Ketujuh jurnal tersebut terkait penelitian yang dilakukan kebanyakan membahas mengenai pemanfaatan media sosial Twitter. Media Twitter tidak hanya memudahkan para penyebar informasi saja tetapi juga memudahkan masyarakat internet untuk mengakses sebuah informasi yang diterima maupun yang tengah dicari. Media Twitter juga telah menyertakan beberapa fitur-fitur dalam mengakses media sosial yang satu ini. Pada penelitian ini ingin menekankan bahwa media sosial khususnya Twitter dapat menjadi wadah untuk sharing informasi yang bermanfaat dan dapat membantu orang-orang yang memang membutuhkan. Yang mana kita tidak hanya sekedar membagikan secara luas terkait informasi yang berisi tentang membantu sesama manusia tetapi kita secara langsung juga telah menolong orang tersebut. Meskipun kita hanya *meretweet*, *like* dan *comment* pada media sosial Twitter.

Masih banyak persoalan lain yang kita temui dalam melihat persoalan antara netizen dan media sosial. Namun, ini memang suatu pertanda munculnya era baru dalam dunia media komunikasi, menantang kita untuk lebih mendalaminya, dan mencoba memahami serta kembali pada esensi utamanya: untuk apa komunikasi diciptakan? Untuk memudahkan manusia berhubungan dengan manusia lain, untuk lebih “memanusiakan manusia”, atau malah menghasilkan dehumanisasi. (Haryono, 2014, h.10)

2.2 Konsep Penelitian

Pada konsep penelitian ini dijabarkan beberapa keterkaitan konsep-konsep yang ada dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Yaitu seputar media sosial Twitter dan penggunaannya yaitu netizen atau warga internet. Selain itu juga membahas mengenai *caption* fenomenal Twitter. Konsep sendiri dijadikan sebagai acuan dalam membahas hasil penelitian berupa unsur-unsur terkait pada penelitian ini yaitu menyangkut penggunaan media sosial Twitter dalam menggerakkan aksi tolong-menolong dengan penggunaan *caption* “Twitter, *please do your magic!*”

2.2.1 Media Baru dan Komunikasi Siber

Media siber merupakan media virtual atau kerap kali dikatakan sebagai dunia maya. Yang mana semua interaksi terjadi melalui media perantara berupa teknologi seperti komputer, telepon genggam, dan sebagainya berbasis internet. Komunikasi siber merupakan interaksi antar pengguna untuk saling bertukar informasi, mencari dan menyebarkan berita melalui media virtual. Yang mana komunikasi dapat terjadi meski dari jarak yang jauh sekalipun. Komunikasi media siber juga tidak terlepas dari adanya media baru.

“Media baru merupakan kebaruan dari adanya media sebelumnya. Media baru mengandung kekuasaan dan batasan, kerugian dan keuntungan, dan keseimbangan. Sebagai contoh, media baru mungkin memberikan pengaruh terbuka dan fleksibel, tetapi juga menyebabkan terjadinya kebingungan dan kekacauan” (John, 2009, h.414)

Komunikasi siber tidak terlepas dari adanya CMC (*Computer Mediated Communication*) yang mana istilah komunikasi siber sendiri muncul ketika media baru dikenal luas. Media baru adalah sebuah wadah untuk berkomunikasi melalui internet. Sifatnya yang virtual membuat komunikasi terjalin tanpa adanya hambatan waktu dan tempat. Konsep media baru tidak hanya memunculkan media massa saja, tetapi juga menghadirkan jaringan internet dimana semua pengguna bisa saling terhubung dimana saja. Dunia virtual merupakan integrasi dari beragam peralatan teknologi komunikasi seperti komputer, telepon genggam, *laptop*, dan sebagainya, serta jaringan internet yang dapat menghubungkan para pengguna sehingga dapat terhubung satu sama lain. (Rustandi, 2015)

Selalu ada hubungan yang menarik antar fungsi teknologi transportasi dan teknologi komunikasi. Sekalipun dengan jenis yang paling kuno, hubungan ini telah ada. Ketimbang menyampaikan pesan melalui orang, lebih mudah mengirimkan melalui jasa kurir atau kapal jasa kurir. Adalah tidak perlu untuk menyampaikan pesan sendirian, jika informasi itu dapat ditransportasikan. (Ruben, 2006, h.219)

Meski karakteristik media siber bisa dilihat melalui media sosial, tetapi media sosial berbeda dengan media *cyber* lainnya. Salah satunya adalah media sosial berawal dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di media siber. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. (Nasrullah, 2017, p. 15-16)

2.2.2. Internet

Pada mulanya internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen AS (1969) sebuah proyek ARPANET (*advanced Research Project Agency Network*) melalui komputer berbasis UNIX serta cikal bakal adanya TPC/IP (*Trasmission Control Protocol/Internet protocol*). Proyek ini memiliki tujuan sehingga ada rantai komando informasi untuk menghadapi serangan nuklir dari Uni Soviet. (Tamburaka, 2013, h.75)

Intenet dapat dikatakan sebagai jaringan untuk semua media berbasis *online*. Dengan internet menggunakan media *online*, media sosial dan sebagainya dapat terhubung tanpa jarak dan waktu. Segala sesuatunya menjadi lebih cepat dan ringkas dengan menggunakan jaringan internet. Pada pembahasan kali ini, internet merupakan jaringan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat khususnya pengguna internet atau media berbasis *Online*. Saat ini sudah ada *handpone* atau *smartphone*, yang mana dengan segala fitur yang dimilikinya membuat penggunaanya bisa mengakses dan bertukar informasi dengan lebih mudah dan praktis. dengan berbagai model dan bentuk, mulai dari yang mahal hingga murah, *smartphone* dapat ditemui dimana pun.

Nasrullah (dikutip di Castelis, 2017, h.16) Struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di Internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektronik. Jaringan yang terbentuk

antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau *tablet*.

Penggunaan mediasi seperti komputer telephone genggam (*Handphone*) atau *tablet*, kita dapat mengakses informasi dengan menggunakan internet sebagai jaringan untuk berkoneksi. Internet juga memberikan kemudahan bagi penggunanya, karena segala sesuatu atau bentuk informasi apa pun itu dapat dengan mudah kita cari melalui internet. Internet juga menghubungkan antara sesama penggunanya di media sosial untuk bertukar informasi antara sesama pengguna internet.

2.2.3. Media Sosial

“Media sosial adalah sebuah media *online* tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagim dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual” (Romli, 2018, h.108)

Media sosial saat ini sudah menjadi sebuah wadah bagi para penggunanya untuk bertukar informasi atau sekedar mendapatkan informasi. Media sosial seakan tidak kehabisan akal untuk terus berinovasi dalam memberikan kemudahan dengan kecanggihan yang ditawarkan di dalamnya. Dengan adanya media sosial, informasi menjadi sangat mudah untuk dijangkau dan dengan tampilan di dalam media sosial dinilai memiliki daya tarik yang baik.

Media sosial juga memberikan sesuatu yang dianggap baru di dunia internet dalam hal memperbanyak jaringan atau pertemanan. Saling mengenal orang-orang baru di media sosial. Seperti yang di jelaskan dalam buku berjudul Media Sosial, oleh Dr. Rulli Nasrullah, M.Si. Dalam bukunya dikatakan bahwa media sosial atau jejaraing soial memiliki karakter utama yaitu setiap penggunanya membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan sering bertemu di dunia nyata (*office*) maupun membentuk pertemanan

baru. Yang mana dalam kasus pembentukan pertemanan baru ini didasari oleh kegemaran yang sama, salah satu contohnya adalah hobi. (Nasrullah, 2015, h.40)

Media sosial dirasa mudah karena penggunaanya yang ringkas. Tidak memerlukan *editing* dengan segala runtutannya dan proses penerimaan serta persetujuan lainnya, yang mana hal inilah yang perlu di lalui oleh sebuah media konvensional lainnya dalam menyebarkan sebuah informasi kepada masyarakat. media sosial memiliki cangkupan penyebaran yang sangat luas. Siapa pun dapat dengan mudah mengaksesnya.

2.2.4 Twitter

Media sosial Twitter pertama kali ada pada sebuah diskusi yang di selenggarakan oleh anggota dewan dari *Podcasting* perusahaan Odeo. Dalam pertemuan tersebut, Jack Dorsey memperkenalkan ide Twitter di mana individu bisa menggunakan SMS layanan untuk bertukar informasi dengan sebuah kelompok kecil. Proyek ini di mulai secara terbuka pada 15 Juli 2006. Twitter menjadi perusahaan sendiri pada bulan April 2007. (Tamburaka, 2013, h.81)

Twitter menjadi salah satu media sosial yang sangat digemari oleh penggunanya. Dalam penulisan ini akan membahas dan menganalisis bagaimana media sosial Twitter dapat membuat seorang penggunanya menjadi netizen penyebar informasi. Twitter sendiri merupakan sebuah media sosial yang memungkinkan pemilik akunnya untuk mengirim tulisan dan juga membaca tulisan atau bisa juga dikatakan sebagai kicauan yang disebut *tweet* dari pemilik akun Twitter lainnya.

Pengguna Twitter atau netizen dapat menggunakan media sosial Twitter sebagai wadah untuk menghadirkan lebih banyak konten media dengan memanfaatkan kelebihan atau fitur-fitur yang ada pada media sosial ini. Seperti menulis twit berdasarkan hal-hal tertentu menggunakan pagar (#) atau *hashtag*. Sedangkan untuk membalas pesan atau menyebutkan dari pengguna lainnya bisa menggunakan tanda @. Dengan fitur-fitur yang ada dapat digunakan untuk *share*

informasi adalah dengan menggunakan singkatan notasi dan slang yang biasa digunakan dalam pesan SMS. (Tamburaka, 2013, h.82).

Media ini menawarkan tema yang cukup sederhana dimana pengguna internet atau netizen dapat membagikan informasi apapun lewat akun pribadinya. Netizen merasa bahwa peristiwa yang berusaha mereka berikan memiliki nilai berita yaitu penting dan menarik. Namun, banyak yang kurang memperhatikan bahwa dalam melaporkan sesuatu tidak bisa begitu saja di berikan. Karena peristiwa yang bisa di sebarakan tidak hanya sebatas fakta tetapi dalam penyampaiannya memerlukan adanya kode etik atau etika dalam menulis dan menyebarkan sebuah informasi. Sayangnya, banyak yang kurang memperhatikan hal ini. Terkadang netizen akan asal dalam memberikan sebuah informasi. Dan hal ini yang sangat dikhawatirkan bahwa netizen hanya hanya mem-*share* sebuah informasi tanpa mencari tahu kebenaran dari informasi yang disebarakan.

Bosch (dikutip Gleason, 2016, h.5) Twitter, khususnya mendukung berbagai peluang untuk berpartisipasi, membuat cuitan, memberi *tag*, dan berbagai konten, serta membaca, menonton, dan mengikuti *hashtag*, yang dapat memfasilitasi perpindahan ke warga negara yang lebih berpengetahuan dan terlibat.

Berbagai peluang yang dapat dilakukan dalam penyebaran informasi di media sosial Twitter yang mana salah satunya dapat menggunakan *Caption* “*Twitter, Please Do Your Magic!*” merupakan salah satu kunci dan fokus pada penelitian ini. *Caption* sendiri bermakna sebuah simbol, yel-yel atau slogan dari suatu media atau wadah yang dibentuk oleh seseorang atau sekelompok orang. Pada media sosial Twitter, pengguna Twitter atau warganet Twitter tentu tidak asing lagi dengan sematan kalimat “*Twitter, please do your magic!*” penulisan yang biasanya digunakan dengan huruf kapital dari awal kata hingga akhir kata pada kalimat ini menyiratkan bahwa media sosial Twitter memiliki *Magic!* (sihir). Yaitu mampu memviralkan sebuah cuitan atau *tweet* (tulisan pada media sosial twitter) untuk sekedar mendapat perhatian dari warganet lainnya dan atau mendapat respon sebanyak-banyaknya dari para

netizen agar cuitan tersebut tersebar dan lebih diketahui oleh orang banyak. Ada yang untuk kepentingan pribadi dan ada pula yang digunakan untuk kepentingan sosial.

Contoh dari pengguna Twitter untuk kepentingan pribadi bisa berupa apabila pengguna atau netizen Twitter menggunakan *caption* fenomenal Twitter ini untuk mendapatkan sesuatu apabila cuitannya menarik banyak perhatian dari netizen lainnya dengan meretweet, like dan *comment* melebihi target yang telah ditentukan oleh pembuat cuitan itu sendiri. Kemudian untuk penggunaan *caption* “Twitter, *please do your magic!*” ini juga dapat digunakan dengan cara yang lebih bermanfaat bagi masyarakat sekitar, contohnya adalah dengan menulis cuitan berisi informasi yang berisi membantu seseorang untuk mengulurkan tangan netizen lain dengan cara ikut *menshare* informasi yang diberikan. Karena melalui media sosial Twitter, hanya dengan *meretweet*, *like* dan *comment*, netizen tersebut telah turut membantu orang yang membutuhkan bantuan.

2.2.5 Netizen

Netizen secara harfiah adalah “warga Internet”. Istilah ini dibentuk dari dua kata: Internet dan *citizen* (warga). Dapat disimpulkan, warganet adalah *user* (pengguna) interaktif aktif dalam berkomunikasi, mengeluarkan pendapat, berkolaborasi, di media internet. (Romli, 2018, h.180) Netizen disini menjadi sumber informasi dari adanya sebuah pesan yang muncul dan kemudian di sebarluaskan kepada khalayak luas di media sosial Twitter.

Dengan berjalannya perkembangan era digitalisasi, memungkinkan media massa yang pada awalnya hanya terjalin satu arah dalam penyebaran informasinya, kini berubah menjadi komunikasi dua arah. Dimana informasi yang hadir khususnya pada media *online* membuat pembacanya dapat merespon secara langsung apa yang perlu ditanggapi dari sebuah informasi yang disajikan yang kemudian lahirlah kata ‘Netizen’ yang menafsirkan warga internet.

Di Indonesia, netizen sangat aktif khususnya di media-media *online* yang memiliki kolom komentar untuk memberikan tanggapannya terkait sebuah isu atau masalah yang diberitakan. Tanggapan yang diberikan pun beragam, adanya yang berkomentar baik dan ada pula yang berkomentar dengan kurang sopan. Ada pula yang menyebarkan langsung sebuah informasi yang diterima agar lebih luas lagi informasi tersebut.

2.2.6 Information Sharing

Sharing dalam bahasa Indonesia berarti berbagi. *Sharing* atau *share* merupakan karakteristik lainnya dari media sosial (Nasrullah, 2017, h.33). Yang mana dalam penelitian ini berbagi informasi kepada orang lain. Informasi semakin mudah ditemukan karena adanya peran Internet. Internet semakin menjadi sumber untuk menemukan berbagai macam perihal terutama yang tengah hangat dibicarakan oleh masyarakat. Adanya *sharing information* khususnya di media sosial inilah yang membuat sebuah peristiwa begitu mudahnya di terima oleh masyarakat luas. Dan hal ini juga terkait dengan aksi tolong menolong, dimana penyebar informasi dalam penelitian ini menggunakan *caption* “Twitter, *please do your magic!*” dapat membantu orang lain. Kemudian pengguna Twitter lainnya menerima informasi tersebut dan ikut menyebarkan. Sehingga hal tersebut terjadi secara berkala dan memberikan manfaat bagi orang lain yang mana mereka terbantu melalui cuitan yang diberikan. Di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir fenomena *sharing information* menjadi sebuah *life style* untuk menggerakkan aksi tolong menolong. Untuk itulah penelitian ini tertarik mengkaji penggunaan *caption* “Twitter, *please do your magic!*” sebagai media baru berbagi informasi untuk saling tolong menolong antar sesama.

Adapun beberapa alasan untuk menjawab mengapa karakter penyebaran menjadi penting untuk sebuah media sosial, diantaranya (Nasrullah, 2017, h.33):

1. Upaya menjadi informasi yang dikatakan penting kepada anggota komunitas (media) sosial lainnya.

2. Menunjukkan keberpihakan atau posisi khalayak terhadap sebuah isu atau informasi yang telah disebarakan.
3. Konten yang disebarakan adalah sasaran untuk menambah informasi baru lainnya sehingga konten mejadi semakin lebih lengkap (*crowdsourcing*).

Dalam buku berjudul media sosial oleh Dr.Rulli Nasrullah dijelaskan pula bahwa penyebaran ini tidak terbatas pada penyediaan teknologi semata, tetapi juga menjadi semacam budaya yang ada di media sosial (Nasrullah, 2017, h.34). Kebiasaan atau budaya inilah yang terjadi dalam media sosial antar penggunanya.

Berbagi informasi atau *information sharing* merupakan salah satu perilaku manusia dalam menyebarkan dan mendapatkan informasi. Menurut janssen (dalam Damayanti, 2014) berbagi informasi digambarkan sebagai pertukaran data antar organisasi, orang dan teknologi. Menurut Yakub (dalam Damayanti 2014). Dari segi manajerial, informasi dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- a. Informasi strategis

Merupakan informasi yang digunakan untuk kegiatan manajerial tingkat atas dan umumnya memiliki daya jangkau untuk waktu 5 hingga 15 thun bahkan 75 tahun.

- b. Informasi taktis

Merupakan informasi yang digunakan untuk manajerial tingkat menengah dengan daya jangkau waktu satu tahun.

- c. Informasi operasional

Merupakan informasi yang digunakan untuk kegiatan manajerial tingkat bawah dan umumnya memiliki jangkau waktu hitungn hari.

Informasi dilihat dari sumbernya dibagi menjadi dua jenis yaitu :

- a. Informasi internal

Merupakan informasi yang menggambarkan keadaan dalam suatu organisasi.

b. Informasi eksternal

Merupakan informasi yang menggambarkan ada tidaknya perubahan di luar organisasi. Informasi eksternal lebih banyak digunakan oleh kegiatan manajerial tingkat atas.

Sedangkan berdasarkan rutinitasnya, informasi dibagi menjadi dua jenis yaitu :

- a. Informasi insidental Merupakan informasi yang diperlukan untuk penanggulangan masalah-masalah khusus.
- b. Informasi rutin Merupakan informasi yang digunakan secara periodik, terjadwal, dan digunakan untuk penanggulangan masalah-masalah rutin.

Sedangkan jenis informasi menurut Shera dalam (Damayanti, 2014) dibagi menjadi enam, yaitu :

- a. *Conceptual Information* : konsep informasi yang berkaitan dengan ide, teori, konsep, hipotesis yang berhubungan dengan variabel suatu hal.
- b. *Empirical Information*: Berhubungan dengan data dan pengalaman penelitian yang disebar dan dikomunikasikan kepada orang lain.
- c. *Procedural Information*: Data mentah yang belum diolah dari hasil investigasi.
- d. *Stimulatory Information*: Informasi yang diperoleh dari lingkungan.
- e. *Policy Information*: Informasi yang menjadi proses pengambilan keputusan.
- f. *Directive Information*: informasi yang digunakan untuk mengkoordinasikan kegiatan yang efektif untuk kegiatan kelompok

Netizen Twitter saling men-*share* informasi yang khususnya bernilai penting dan menarik sehingga orang-orang lebih banyak mengetahui sebuah informasi. Dengan semakin tersebarinya informasi tersebut, maka membuat informasi tersebut juga semakin luas dan semakin banyak pula yang mengetahui tentang informasi yang di *share* oleh seseorang melalui media sosial khususnya media sosial Twitter.

2.3 Teori Penelitian

Pada penulisan penelitian ini menggunakan teori Computer Mediated Communication atau biasa disingkat dengan CMC dalam Bahasa Indonesia bisa diterjemahkan menjadi komunikasi yang berwanakan komputer atau komunikasi yang diperantarakan oleh komputer. Istilah komunikasi termediasi komputer atau computer mediated communication (CMC) merupakan istilah yang populer untuk menunjukkan bagaimana komunikasi dapat terjadi secara tidak langsung atau tatap muka, tetapi dapat dilakukan melalui media perantara komputer berbasis internet. (Nasrullah, 2017: h.73)

Mengutip dari jurnal Sri Hadijah Arnus yang membahas mengenai teori CMC, kajian tentang CMC ini tergolong baru, mulai berkembang pada tahun 1987. Dalam konteks CMC komputer yang dimaksud tidak hanya perangkat Personal Computer (PC) atau *Laptop*, tetapi semua alat-alat yang berbasis komputer seperti PDA, smarphone, tablet, dan sejenisnya, alat-alat tersebut disebut dengan media baru komunikasi.

Kemudian pada penelitian ini menggunakan pendekatan metode fenomenologi. Karena fenomenologi berasumsi untuk memahami sebuah peristiwa dari pengalaman yang terjadi pada seorang individu. Fenomenologi menjabarkan serta mempelajari bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminya langsung dan juga struktur pengalaman sadar dari seorang individu.

Adanya pola CMC ini diantaranya adalah kurangnya sosialisai yang dilakukan Individu dalam masyarakat, sehingga seseorang cenderung lebih suka menyendiri dan senang dan menghabiskan waktu dengan gawainya. Kurangnya interaksi secara

langsung ini mengakibatkan munculnya sifat egoistis terhadap individunya. Dengan adanya penelitian ini berfokus untuk memberikan pandangan yang positif terkait adanya media sosial. Bahwa tidak semua yang terjadi di media sosial memberikan dampak yang buruk bagi penggunanya, tetapi memiliki sisi lain yang baik untuk ditiru terutama untuk generasi muda. (Arsul, 2015)

CMC bisa menjadi stimultan atau dapat disebut *synchronous communication*, ketika seseorang berpartisipasi dalam sebuah ruang diskusi, saat itulah dia terlihat dalam *synchronous CMC*. Komunikasi *face to face* dan CMC dapat dikatakan mirip apabila saat peserta diskusi mendapat timbal balik secara serentak dan segera menyesuaikan pesan secara cepat. (Pratiwi, 2014, h.30)

Pada penulisan penelitian ini, membahas mengenai bagaimana seseorang dapat memberikan Informasi kepada orang lain untuk saling tolong-menolong. Hal ini didasari karena orang yang memberikan informasi ini melihat sebuah kejadian secara tidak langsung melalui media sosial khususnya Twitter dan merasa iba kemudian *memposting* dan membagikan informasi tersebut kepada khalayak luas, yang diberikan di akun media sosialnya.

Secara tidak langsung mengubah peristiwa yang hadir menjadi sebuah pengalaman kepada diri sendiri. Dan dengan menggunakan teori CMC, yaitu melalui wadah media sosial Twitter yang tanpa bertatap muka dengan pengguna lainnya. Pengalaman-pengalaman pribadi dari penggunanya yang kemudian memungkinkan adanya sudut pandang dari beberapa orang yang menyebarkan informasi dari akun pribadinya masing-masing dan kemudian disebarkan melalui media sosial Twitter dan menyita banyak perhatian warga internet lainnya atau netizen khususnya pada media sosial Twitter. “Teori-teori dalam tradisi fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya” (Littlejohn, 2009, h.57).

Penulisan penelitian ini menggunakan Paradigma Konstruktivisme. Paradigma ini sendiri merupakan paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat

sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme merupakan ilmu pengetahuan yang dibangun berdasarkan pengalaman-pengalaman pribadi individu karena adanya pengalaman seseorang yang dituangkan ke dalam gagasan. Pengalaman-pengalaman itu sendiri muncul karena adanya aktivitas yang dilakukan oleh masing-masing individu itu sendiri.

Ketika mereka melihat, mendengar serta merasakan langsung di hadapan mereka sendiri itu merupakan pengalaman bagi diri pribadi atas kejadian-kejadian yang telah terjadi dengan sendirinya. Dari pengalaman-pengalaman inilah dapat ditarik menjadi sebuah gagasan, ide serta pemikiran dari apa yang telah terjadi pada individu-individu tersebut. Pandangan inilah yang menciptakan persepsi yang dimiliki oleh masing-masing individu berdasarkan pengalaman yang telah mereka alami. Setiap individu semua memiliki masing-masing pengalaman. Sekalipun peristiwa yang mereka alami hampir sama, tapi tiap individu pasti memiliki perbedaan dalam menyikapi suatu permasalahan.

Dapat diambil contoh seperti pada persepsi setiap orang, memiliki pandangan yang berbeda-beda. Antara pandangan A dan pandangan B mengenai suatu permasalahan yang sama memiliki persepsi yang berbeda. Sehingga konstruktivisme itu bersifat relatif. Tidak semua orang berpikir hal sama mengenai suatu masalah yang ada, ada yang berpikir positif dan adapula yang berpikir negatif. Semua itu tergantung dari masing-masing individu, ada yang selalu menilai segala sesuatu dari sisi yang baik dan ada pula yang berpikir sebaliknya, memandang segala sesuatu dari sisi yang buruknya saja.

Menurut Donald Ary, ada dua jenis wawancara yaitu wawancara berstruktur dan wawancara tak berstruktur. Dan pada penelitian ini menggunakan wawancara tak berstruktur yang mana subjek nantinya diberikan kebebasan untuk menguraikan jawaban dan mengungkapkan pandangannya sesuka hati, tetapi sering tidak terarah dan sulit dalam mengolah dan menganalisis datanya. (Winarni, 2018, h.66)

Pada penelitian ini dari kutipan diatas menggunakan wawancara tak berstruktur yang mana wawancara mendalam mencoba untuk menggali lebih dalam mengenai data yang diambil dari narasumber. Hal tersebut pun dijabarkan melalui pengalaman-pengalaman dari warganet Twitter yang membagikan informasi serta turut men-*share* atau membagikan ke berbagai pihak di dalam masyarakat khususnya pengguna media sosial Twitter yang menggunakan caption fenomenal “Twitter, *please do your magic!*” dengan isi pesan mengajak pengguna lain itu bertindak membantu orang lain. Tidakan yang paling sederhana dilakukan dengan cara me-*retweet* dan *like* cuitan tersebut. Terdapat juga fitur *replay* pada media sosial Twitter, yang mana pengguna lainnya dapat berkomentar terkait informasi yang disampaikan. Hal ini dirasa perlu mengingat informasi yang diberikan merupakan suatu hal yang penting karena dapat membantu meringankan beban orang lain. Tolong-menolong merupakan tindakan yang terpuji yang terkadang dilupakan oleh orang-orang.

2.4 Kerangka Pikir

