

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini kehidupan kita sudah tidak asing lagi dengan internet dan sosial media. Dua hal ini seakan menjadi kebutuhan bagi banyak orang di zaman sekarang. Banyak dari kita menggunakan dua hal ini untuk memudahkan pekerjaan atau kegiatan yang kita lakukan setiap hari. Menurut Kalyanaraman dan Sundar (2008) yang dikutip oleh McQuaill dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* buku 2, bahwasannya perhatian terhadap internet juga karena gagasan yang relatif baru serta realitas portal internet, sebuah istilah yang memiliki makna yang kaya, yang secara esensial berbeda dari media yang sebelumnya kita ketahui (istilah ‘*cyberspace*’ yang cukup kabur sepertinya masih berguna untuk identifikasi).¹ Internet dan sosial media bisa mempermudah kegiatan – kegiatan yang kita lakukan setiap hari seperti bisnis, pendidikan, pengembangan budaya dan mencari informasi apapun serta hal yang paling sederhana seperti berbelanja ataupun bersosial di sosial media.

Untuk mengakses sosial media, para penggunanya juga harus terhubung dengan internet seperti yang telah dijelaskan di atas. Sosial media adalah sebuah aplikasi berbasis Internet, yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi web

¹ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Buku 2*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011) Hlm. 117

2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran “*user-generated content*”.² Mengobrol, bertukar pesan ataupun mencari informasi saat ini sangat mudah dilakukan dengan sosial media. Untuk mengakses Internet, seseorang membutuhkan koneksi Internet dan piranti keras seperti komputer, PDA, Blackberry dan lain sebagainya. Internet yang dianggap sebagai gabungan dari beberapa bentuk media dan fasilitas *email*, *website*, *newsgroup*, *e-commerce* dan sebagainya.³ Bahkan saat ini internet dan sosial media sudah dapat dilakukan dengan sebuah telepon genggam pintar atau biasa dikenal dengan sebutan *smarthphone*. Hal ini memungkinkan para pengguna internet dan sosial media bisa terhubung kapan saja dan di mana saja yang mereka inginkan.

Jpnn.com melansir bahwa pengguna internet dan sosial media di Indonesia mencapai 72 juta dan menjadi terbesar di dunia.⁴ Hal senada juga di sampaikan oleh id.techinasia.com yang menyebutkan bahwa di Indonesia memiliki 72,7 juta pengguna aktif internet, dan 72 juta pengguna aktif media sosial, dimana 62% penggunanya mengakses media sosial menggunakan perangkat *mobile*.⁵

² Andreas M. Kaplan; Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, (Business Horizon, 2010), Hlm 59 – 68.

³ Leah Lievrouw & Sonia Livingstone. 2006. *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs* (London: Sage Publications Ltd, 2006), Hal 221.

⁴ Admin, <http://www.jpnn.com/read/2015/02/24/288989/Wow,-Pengguna-Internet-di-Indonesia-Capai-72-Juta,-Terbesar-di-Dunia>, diakses tanggal 10 Januari 2016.

⁵ Ketut Krisna Wijaya, <https://id.techinasia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-indonesia/>, diakses tanggal 10 Januari 2016.

Gambar 1 Data Pengguna Internet dan Sosial Media Indonesia



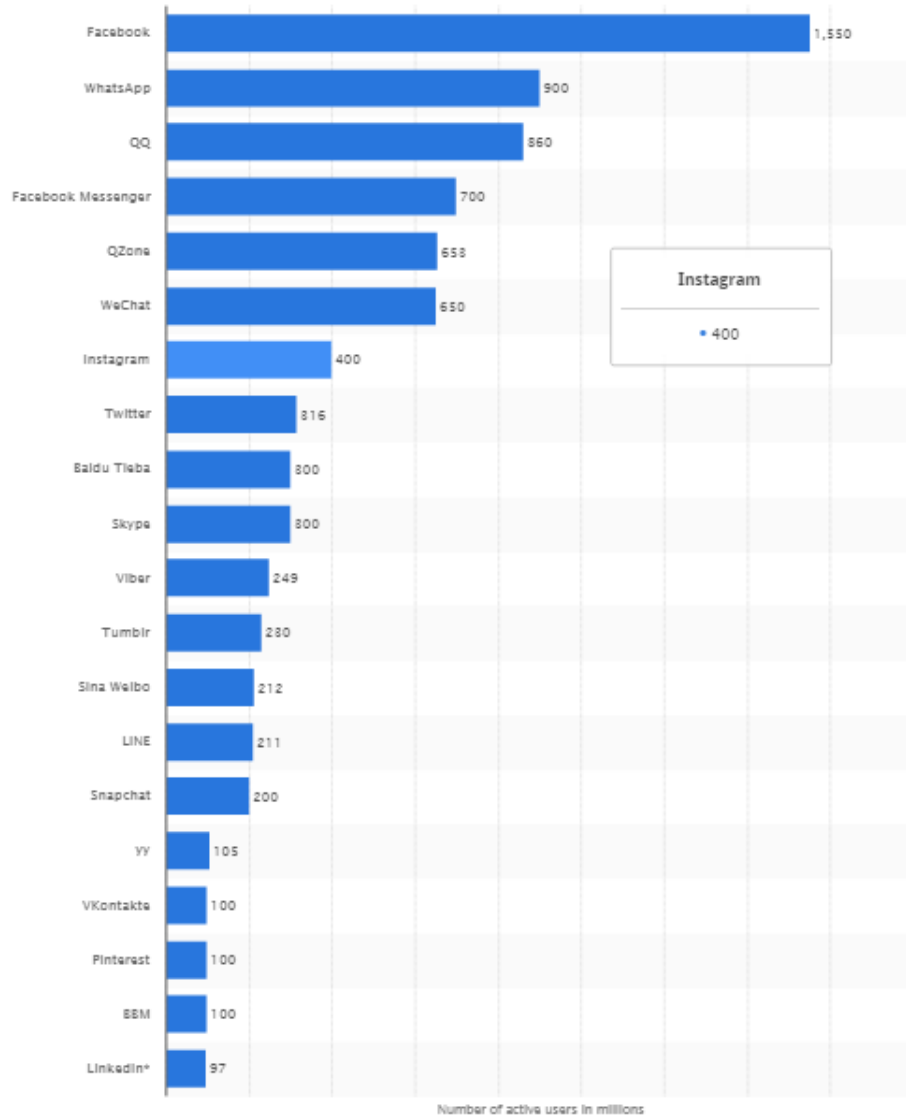
Sumber: <https://id.techinasia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-indonesia/>,

Diakses tanggal 10 Januari 2016

Statista.com yaitu sebuah portal statistik online juga merilis *platform* sosial media yang paling banyak diakses para pengguna sosial media dunia per November 2015. *Platform* yang menempati urutan pertama yaitu Facebook dan disusul oleh Whatsapp. Urutan sembilan ada Instagram yang meningkat drastis meninggalkan pendahulunya Twitter diurutan kesepuluh. Urutan terakhir ada LinkedIn yang masih kurang begitu populer dikalng pengguna sosial media.⁶ Data di atas juga menunjukkan jika pengguna sosial media juga banyak diakses dengan *smartphone*.

⁶ Admin, <http://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>. Diakses tanggal 10 Januari 2016.

Gambar 2 Data Platform Sosial Media Paling Banyak Diakses



© Statista 2016

Sumber: <http://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>. Diakses tanggal 10 Januari 2016

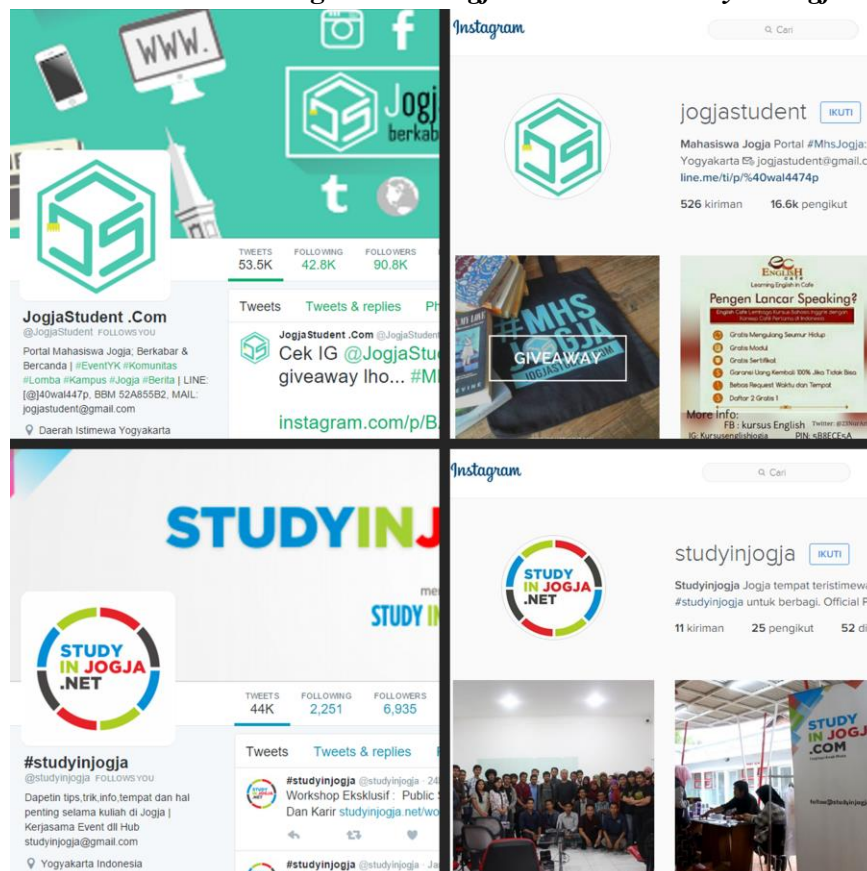
Sosial media saat ini selain digunakan untuk bersosial juga diperuntukan untuk menyebarkan dan mencari informasi terbaru. Dukungan dan kebutuhan masyarakat akan informasi yang mudah diakses ini juga menjadi pendorong berkembangnya penyebaran informasi di media baru. Banyak sekali akun – akun

di internet dan sosial media yang baik hati menyebarkan informasi – informasi yang masyarakat butuhkan. Seperti akun – akun yang menyiarkan berita Indonesia dan dunia terbaru adalah seperti @Metro_Tv, @kompascom, @liputan6dotcom dan lainnya. Informasi tentang kuliner seperti akun @infokulinerbdg dan @kulineronline yang setiap hari menyebarkan informasi seputar kuliner, tempat makan dan resep makanan. Bagi para pecinta olahraga seperti bola dan olahraga lainnya juga ada akun @lintas_bola dan @BBCsport. Ada juga akun yang menyebarkan informasi tentang info lowongan pekerjaan seperti akun @jogjalowker dan @kompaslowker yang setiap hari berbagi informasi lowongan pekerjaan untuk para pencari kerja. Untuk di Yogyakarta sendiri ada banyak akun penyebar informasi di Twitter, seperti @jogja24jam, @JOGJAMEDIA, @JogjaUpdate, @YogyakakartaCity, @kota_jogja dan lainnya yang menyebarkan informasi – informasi umum seputar Yogyakarta dan sekitarnya seperti kehidupan sosial, pendidikan, budaya dan lainnya dan diperuntukan untuk masyarakat umum. Namun, terdapat beberapa akun yang berbeda di Yogyakarta seperti akun @jogjastudent dan @studyinjogja yang menyebarkan informasi yang diperuntukan untuk pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta yang dikenal sebagai kota Pelajar. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti apakah terdapat ketertarikan dari pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta terhadap informasi dalam akun penyebar informasi yang dikhususkan untuk pelajar dan mahasiswa Yogyakarta.

Dalam penelitian ini, penulis memilih akun *Jogja Student* untuk diteliti. Penulis memilih *Jogja Student* dikarenakan *Jogja Student* menjadi akun yang paling aktif dibandingkan akun *Study In Jogja*. Dalam beberapa akun sosial media

terlihat jumlah *posting-an* akun *Jogja Student* lebih tinggi dibanding *Study In Jogja*. Jumlah *tweet* *Jogja Student* sekitar 53 ribu, jauh lebih tinggi dibanding akun *Study In Jogja* yang hanya memiliki jumlah *tweet* sekitar 44 ribu. Jumlah *posting-an* di Instagram pun juga berbeda jauh antara *Jogja Student* dan *Study in Jogja*. *Jogja Student* mempunyai sekitar 500 *posts*, sedangkan *Study In Jogja* hanya memiliki 11 post. Jumlah pengikut di kedua akun ini pun berbeda jauh, *Jogja Student* mempunyai pengikut sekitar 90 ribu di Twitter dan 16 ribu di Instagram, sedangkan *Study In Jogja* hanya mempunyai sekitar 6 ribu pengikut di Twitter dan hanya 25 pengikut di Instagram.

Gambar 3 Perbandingan Akun *Jogja Student* dan *Study In Jogja*



Sumber: twitter.com/jogjastudent, twitter.com/studyinjogja, instagram.com/Jogjastudent, instagram.com/studyinjogja, diakses tanggal 10 Januari 2016

Akun @JogjaStudent atau *Jogja Student* adalah akun yang menyebarkan informasi – informasi seputar kehidupan dan kebutuhan pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta. Akun yang mempunyai slogan *berkabar dan bercanda* ini berdiri pada bulan Januari 2012 yang didirikan oleh Rifqi Muhammad yang pada saat itu adalah seorang mahasiswa disalah satu perguruan tinggi negeri di Yogyakarta. Setiap hari *Jogja Student* menyebarkan informasi terbaru seputar pelajar dan kemahasiswaan, berita seputar kampus, seminar & *workshop*, lomba, beasiswa dan *event*. *Jogja Student* tidak hanya menyebarkan informasi, seringkali *Jogja Student* mengajak para pengikut akunnnya untuk berinteraksi dan bercanda melalui *postingan* di Instagram atau kicauan di Twitter. *Jogja Student* mempunyai satu *website* resmi yang dapat diakses di www.jogjastudent.com dan tujuh akun sosial media, seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, Line, Youtube dan Tumblr. Saat ini *Jogja Student* memiliki sekitar 110 ribu *followers* yang tersebar kedalam tujuh akun sosial medianya dengan Twitter dan Instagram memiliki *followers* paling tinggi pertama dan kedua. Tidak hanya itu, *website Jogja Student* juga sangat sering diakses. Pada bulan oktober 2015 ini *website Jogja Student* diakses sebanyak 244.286 pengakses dengan rata – rata satu orang membaca 3 – 4 halaman dan ada sekitar 100 orang yang sedang membaca/menitnya. Jumlah halaman yang diakses ini ada sekitar 813.462 halaman/bulan Oktober 2015.

Gambar 4 Website Jogja Student



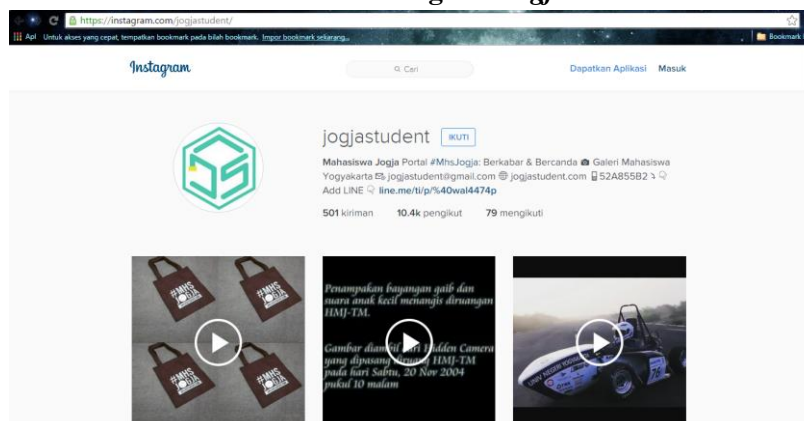
Sumber: www.jogjastudent.com, diakses tanggal 30 Oktober 2015

Gambar 5 akun Twitter Jogja Student



Sumber: www.twitter.com/jogjastudent, diakses tanggal 30 Oktober 2015

Gambar 6 akun Instagram Jogja Student



Sumber: www.instagram.com/jogjastudent, diakses tanggal 30 Oktober 2015

Dari semua akun sosial media yang dimiliki oleh *Jogja Student*, penulis memilih akun Twitter dari *Jogja Student* untuk diteliti. Penulis memilih akun Twitter *Jogja Student* dikarenakan saat ini akun Twitter tersebut memiliki sekitar 90 ribu pengikut, lebih banyak daripada akun lainnya. Twitter adalah sebuah *platform* sosial media yang berdiri pada 21 Maret 2006 di San Fransisco, California, Amerika serikat. Saat ini Twitter memiliki misi untuik memberikan kemampuan kepada setiap orang untuk membuat dan membagi ide dan informasi secara cepat, tanpa hambatan. Setiap bulannya ada sekitar 320 juta pengguna aktif di seluruh dunia dengan 80%nya adalah pengguna aktif dengan perangkat telepon genggam dan Twitter telah mendukung lebih dari 35 bahasa dari seluruh dunia. Saat ini pun Twitter mempunyai sekitar 4300 karyawan dan mempunyai kantor lebih dari 35 kantor yang tersebar keseluruhan penjuru dunia. CEO ("*Chief Executive Officer*" atau dalam bahasa Indonesia: Pejabat Eksekutif Tertinggi) Twitter saat ini adalah Jack Dorsey.⁷

Yogyakarta dipilih bukan hanya karena pendiri *Jogja Student* berkuliah di kota ini, namun juga dianggap sebagai kota dengan banyaknya para mahasiswa dan pelajar sehingga memungkinkan informasi – informasi yang disebarkan *Jogja Student* semakin bermanfaat. Yogyakarta memiliki 137 perguruan tinggi dgn 20% masyarakat produktifnya adalah pelajar dan mahasiswa.⁸ Pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta banyak yang berasal dari luar daerah Yogyakarta yang sengaja

⁷ Admin, <https://about.twitter.com/id/company>, diakses tanggal 12 Januari 2016

⁸ Admin, <http://www.pendidikanindonesia.com/2015/01/41-fakta-unik-kota-pelajar-yang-harus.html>, diakses tanggal 15 November 2015

datang ke Yogyakarta untuk berkuliah atau sekolah. Menurut survey, laporan resmi yang tercatat di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Kota Yogyakarta, Setiap bulan, sedikitnya ada sekitar 1.320 pendatang menyerbu Kota Yogyakarta. Hal ini membuat perbandingan jumlah warga asli Jogja dan pendatang dari kota/negara lain sangat signifikan, yaitu 35:65. Perbandingan yang lumayan besar dan kebanyakan pendatang adalah pelajar dan mahasiswa. Hanya sekitar 10 persen pendatang yang datang ke Jogja untuk bekerja. Ada sekitar 500 asrama pelajar dan mahasiswa dari seluruh provinsi dan kabupaten/kota se-Indonesia hadir di Yogyakarta. Selanjutnya, Sebanyak 78,7 persen dari total jumlah mahasiswa di Yogyakarta adalah perantau dari luar daerah.⁹ Tak heran Yogyakarta dijuluki sebagai kota pelajar dengan melihat banyaknya jumlah pelajar dan mahasiswa ini.

Dengan banyaknya jumlah pelajar dan mahasiswa ini, Informasi – informasi yang menyangkut seputar pelajar dan kemahasiswaan seakan sangat penting di Yogyakarta. Penelitian ini nantinya akan mengukur seberapa besar tingkat ketertarikan para pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta pada setiap rubrik informasi dalam akun Twitter *Jogja Student*. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan sumber data wawancara dari pemilik akun *Jogja Student* dan dari para responden yaitu para *followers* atau pengikut akun Twitter *Jogja Student*.

⁹ Admin, <http://swaragamafm.com/new/jogja-fact-seputar-pendatang-jogja/>. Diakses tanggal 15 November 2015.

B. Rumusan Masalah

Seperti yang telah dijelaskan dari latar belakang di atas, dapat ditarik sebuah rumusan masalah seperti berikut, “Seberapa besar tingkat ketertarikan pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta terhadap informasi dalam akun Twitter *Jogja Student*?”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan seberapa besar tingkat ketertarikan pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta terhadap Informasi dalam akun *Jogja Student*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pedoman bagi para peneliti tingkat ketertarikan tentang media baru khususnya di bidang ilmu komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk pengelola akun-akun penyebar informasi di sosial media terutama untuk pengelola akun *Jogja Student* agar bisa mengevaluasi akunnya tersebut supaya bisa menjadi lebih baik.

E. Kerangka Teori

1. Sosial Media

Sosial media atau dikenal juga sebagai jejaring sosial atau media online dan istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Professor J.A Barnes dithun 1954. Sosial media adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul – simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi yang diikat dengan suatu tipe relasi spesifik atau lebih seperti nilai, ide, visi, teman, keturunan dan sebagainya).¹⁰ Pengertian sosial media lainnya yaitu dimana penggunanya (user) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih. Sosial media adalah sebuah aplikasi berbasis Internet, yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran “*user-generated content*”.¹¹ *User Generated Content (UGC)* adalah konten yang dihasilkan dari user atau penggunanya sendiri. Istilah ini sebenarnya mulai terdengar sekitar tahun 2005 saat orang bisa mengakses atau meng-*update* media dan publikasi melalui teknologi baru seperti video digital, *blogging*, foto dari *smartphone* dan wikis. Para pengguna situs mulai bisa

¹⁰ Asdani Kindarto, *Efektif Blogging Degan Aplikasi Facebook*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010), Hlm. 01

¹¹ Andreas M. Kaplan, Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, (Business Horizon, 2010), Hlm 59 – 68.

meng-*upload*, mengembangkan, dan bahkan mengendalikan sendiri konten sesuai kehendak mereka.¹² Media sosial tidak jauh dari ciri-ciri berikut ini:

- a. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu;
- b. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu *gatekeeper* dan tidak ada gerbang penghambat;
- c. Isi disampaikan secara online dan langsung;
- d. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna;
- e. Media sosial menjadikan penggunaannya sebagai kreator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri;
- f. Dalam konten medsos terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing*), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (*group*).

Merebaknya situs media sosial yang muncul menguntungkan banyak orang dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi dengan mudah dan dengan ongkos yang murah ketimbang memakai telepon. Dampak positif yang lain dari adanya situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi. Akan tetapi

¹² Admin, *User Generated Content*, <http://www.marketing.co.id/user-generated-content/>, diakses tanggal 30 Januari 2016.

ada pula dampak negatif dari media sosial, yakni berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung atau tatap muka, munculnya kecanduan yang melebihi dosis, serta persoalan etika dan hukum karena kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan.¹³

Sosial media saat ini juga sangat berkaitan dengan penyebaran informasi. Era internet dan media sosial memunculkan banyaknya informasi yang berseliweran.¹⁴ Media Sosial (Social Media) menggantikan posisi media massa dan/atau situs-situs berita sebagai andalan untuk mendapatkan berita atau sumber informasi utama publik Amerika dan Indonesia. Facebook dan media sosial lainnya hakikatnya merupakan media untuk mengumpulkan dan berbagi ide. Namun, fungsi itu berkembang menjadi sarana publikasi informasi aktual. Studi terhadap publik di Indonesia, menurut hasil riset Edelman Trust Barometer 2016 di Indonesia, media sosial dan mesin pencari (Google, Bing/Yahoo) kini menjadi sumber informasi yang paling banyak digunakan dalam mencari berita, jauh meninggalkan TV, koran, blog, dan majalah.¹⁵ Dengan demikian, sosial media juga bisa dikatakan sebagai new devices untuk mencari dan mendapatkan informasi terbaru secara cepat.

¹³ Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*, (Jakarta: Kemendag RI, 2014), Hlm. 25 & 27

¹⁴ Tinto Banu, <http://socialmediaweek.org/jakarta/2015/02/24/peran-social-media-dalam-penyebaran-berita/>, diakses tanggal 13 Mei 2016

¹⁵ Admin, <http://www.romelteamedia.com/2016/02/media-sosial-sumber-informasi-utama.html>, diakses tanggal 13 Mei 2016

Sosial media yang merupakan bagian dari *new media* mempunyai ciri – ciri seperti yang dikatakan oleh Lister sebagai berikut:¹⁶

- a. *Digital*, bentuk data digital ini dapat menjadi lebih baik penggunaannya dari data analog dalam segi kecepatan dan ke-*real*-annya. Dalam ciri Digital ini, sosial media dapat diakses melalui internet dalam bentuk digital dan bersifat *real-time*.
- b. *Hypertextual*, sebuah teks dapat memungkinkan kita untuk mengakses teks-teks lain, dengan hanya mengklik satu teks saja yang sudah terdapat link didalamnya, maka kita dapat terhubung dengan teks-teks yang berbeda. Dalam informasi yang disebarkan oleh sosial media, bisa memuat sebuah atau beberapa *link* yang memungkinkan kita sebagai *user* untuk mengklik dan mengakses *link* tersebut untuk bisa masuk kedalam halaman informasi yang lebih luas.
- c. *Interaktivitas*, dapat memotong waktu. Secara langsung dapat kita kendalikan dan komunikasi dua arah dapat terjadi hanya dengan media komputer. Interaktifitas memungkinkan *user* untuk berinteraksi atau memberikan tanggapan antar *user* bahkan untuk admin dari suatu *official account* dalam sebuah sosial media.
- d. *Virtual*, dunia virtual, ruang virtual, objek virtual, lingkungan virtual, identitas virtual sangat dekat dengan media baru. Dalam dunia virtual

¹⁶ Lister, M., et al., (ed), *New Media: A Critical Introduction, Second Edition*, (New York: Routledge, 2009)

memungkinkan tercipta sebuah dunia baru, seperti dunia penuh informasi, dunia yang penuh dengan komunitas pecinta, dan lain sebagainya.

- e. *Disperseal*, produksi, distribusi dan konsumsi tidak terpusat. Pengguna dalam sosial media tidak terpusat dan bebas untuk mengakses apapun.
- f. *Simulated* atau simulasi, adalah imitasi atau representasi dari suatu peristiwa dengan penambahan berbagai macam efek dramatis. Simulasi memiliki kaitan yang erat dengan konsep virtual. Kata lain *simulated* mempresentasikan sebuah akun sosial media, jika akun tersebut adalah sebuah akun penyebar informasi kuliner, *avatar* maupun informasi akan mempresentasikan semua tentang kuliner dan *followers* dari akun tersebut lebih banyak dari pecinta kuliner.

2. Ketertarikan

Ketertarikan telah diungkapkan oleh beberapa ahli. Menurut Donald E. Allen, Rebecca F. Guy dan Charles K. Edgley dalam bukunya *Social Psychology as Social Process* (1980) yang dikutip oleh Abu Ahmadi dalam bukunya Psikologi Sosial mengungkapkan ketertarikan adalah suatu proses yang dengan mudah dialami oleh setiap individu tetapi sukar untuk diterangkan.¹⁷ Menurut mereka ada tiga orientasi pendekatan yang berbeda dan masing – masing memandang tingkah laku dengan cara yang berbeda, yaitu,

¹⁷ Abu Ahmadi, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), Hlm. 212

a. Pendekatan kognitif

Pendekatan ini menekankan proses berpikir sebagai dasar yang menentukan tingkah laku. Tingkah laku sosial dipandang sebagai suatu hasil atau akibat dari proses akal. Jika seseorang berpikir bahwa orang lain dapat memberikan keseimbangan terhadap apa yang kita cari maka kemungkinan besar kita akan menyukainya. Pendekatan kognitif yang demikian ini oleh seorang ahli psikologi sosial bernama Theodore Newcomb (1961) disebut sebagai teori balance, yaitu suatu kecenderungan untuk mengorganisasi konsep tentang orang lain, dirinya sendiri, dan barang – barang lain di sekitarnya dengan cara yang harmonis, *balanced* atau *symetris*.

b. Pendekatan penguatan

Pendekatan penguatan berusaha menemukan bagaimana ketertarikan datang untuk pertama kalinya. Dasar teori ini cukup sederhana, yaitu bahwa orang ditarik oleh hadiah dan ditolak oleh hukuman. Semua ketertarikan antar pribadi diterangkan dalam hal belajar di mana untuk berhubungan secara positif dengan hadiah, dan untuk berhubungan secara negatif dengan perangsang hukuman. Kita kemudian akan lebih suka menjadi tertarik kepada orang-orang yang menghadahi atau menghargai kita daripada orang-orang yang menghukum kita dengan kritikan atau menghina kita. Pada dasarnya teori ini cukup sederhana. Orang ditarik oleh hadiah, dan ditolak oleh hukuman. Semua ketertarikan antar pribadi diterangkan dalam dalam hal belajar di mana untuk berhubungan secara

positif dengan hadiah dan untuk berhubungan secara negatif dengan perangsang hukuman.

c. Pendekatan interaksionis

Pendekatan ini dikembangkan di dalam situasi alamiah di mana suatu keputusan selalu dihubungkan kepada situasi sosial di mana seseorang menemukan dirinya. Teori ini lebih menitikberatkan pada ketertarikan antar pribadi sebagai suatu konsep. Teori ini lebih menitikberatkan pada ketertarikan antar pribadi sebagai suatu konsep. Hal – hal itu oleh para ahli psikologi sosial lebih diteliti dengan penelitian laboratorium daripada dengan metode naturalistik.

Selain itu, ketertarikan timbul karena adanya persamaan. Hal ini muncul dikarenakan ketertarikan melalui hal – hal yang tampak. Kesamaan dalam sikap adalah sebagai dasar untuk saling tertarik. Newcomb mengadakan penelitian dengan hasil bahwa seseorang tertarik satu sama lain tanpa mengindahkan persamaan dalam sikap dan kepercayaan. Tetapi kemudian saling menyukai tumbuh lebih kuat diantara individu yang memiliki kesamaan sikap dan kepercayaan.¹⁸

¹⁸ Abu Ahmadi, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), Hlm. 208 - 211

F. Hipotesa

Adapun hipotesa yang menjadi dasar dari penelitian ini adalah sebagai berikut,

Ho : Tidak adanya ketertarikan pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta terhadap informasi dalam akun Twitter *Jogja Student*.

Ha : Adanya ketertarikan pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta terhadap informasi dalam akun Twitter *Jogja Student*.

G. Definisi Konseptual dan Operasional

1. Definisi Konseptual

Definisi konsep sangat penting dalam melakukan sebuah penelitian kuantitatif deskriptif. Definisi Konseptual menurut Imam Chourmain adalah penarikan batasan yang menjelaskan suatu konsep secara singkat, jelas, dan tegas.¹⁹

a. Tingkat Ketertarikan

Ketertarikan menurut Brigham (1991) adalah Kecenderungan untuk menilai seseorang atau suatu kelompok secara positif, untuk mendekatinya, dan untuk berperilaku secara positif padanya.²⁰ Sedangkan menurut Donald E. Allen, Rebecca F. Guy dan Charles K. Edgley dalam

¹⁹ Imam Chourmain, *Acuan Normatif Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. (Jakarta: Al-Haramain Publishing House), Hlm. 36

²⁰ J.C Brigham, *Social Psychology*, (New York: Harpercollins Publisher, 1991).

bukunya “Social Psychology as Social Process” (1980) yang dikutip oleh Ahmadi (2009) dalam bukunya “Psikologi Sosial”, menjelaskan bahwa Ketertarikan merupakan suatu proses yang dengan mudah dialami oleh setiap individu tetapi sukar untuk diterapkan.²¹

2. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantive dari suatu konsep. Tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah di definisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya.²²

Tabel 1. Indikator definisi operasional

Variabel	Indikator	Pengertian
Teori Ketertarikan	a. Berfikir positif terhadap informasi dalam akun	Berpikir positif adalah yang berhubungan dengan kepercayaan, keyakinan, ide, konsep dan fikiran. ²³ Berfikir positif dalam tentang akun <i>Jogja Student</i> akan membuat seseorang akan berfikir bahwa informasi – informasi yang disebar oleh akun

²¹ Abu Ahmadi, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), Hlm. 212

²² Chourmain, Imam, *Acuan Normatif Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. (Jakarta: Al-Haramain Publishing House), Hlm. 36

²³ Dwi & Hendro, *Psikologi Umum 2*, (Jakarta: Penerbit Gunadarma, 1998), Hlm. 70

Teori Ketertarikan	Twitter <i>Jogja Student</i>	Twitter <i>Jogja Student</i> bersifat positif seperti mempunyai manfaat baginya.
	b. Bersikap positif terhadap informasi dalam akun Twitter <i>Jogja Student</i>	Sikap positif adalah yang berhubungan dengan emosional seperti suka terhadap sesuatu. ²⁴ Dalam bersikap positif terhadap informasi dalam akun <i>Jogja Student</i> , seseorang tentunya akan cenderung untuk memiliki rasa suka atau senang terhadap konten informasi yang dibagikan oleh akun Twitter <i>Jogja Student</i> .
	c. Berperilaku positif terhadap informasi dalam akun Twitter <i>Jogja Student</i>	Perilaku positif manusia merupakan kecenderungan untuk bertingkah laku atau biat untuk bertingkah laku secara positif. ²⁵ Jadi perilaku positif dengan informasi dari akun Twitter <i>Jogja Student</i> seseorang akan merasa akan membuka atau membaca atau berlangganan dengan informasi dari akun Twitter <i>Jogja Student</i> tersebut.

²⁴ Ibid, Hlm. 70

²⁵ Dwi & Hendro, *Psikologi Umum 2*, (Jakarta: Penerbit Gunadarma, 1998), Hlm. 70

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis kuantitatif deskriptif. Kuantitatif merupakan metode – metode yang didasarkan pada informasi numerik atau kuantitas – kuantitas, dan biasanya diasosiasikan dengan analisis – analisis statistik.²⁶ Menurut Nazir, Penelitian deskriptif mempelajari masalah- masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi- situasi tertentu, termasuk hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.²⁷ Metode yang digunakan adalah dengan cara metode penelitian survei. Metode penelitian survei digunakan untuk mendapatkan informasi kuantitatif mengenai opini publik, karakter/sikap, serta fenomena sosial.²⁸ Gambaran umumnya, akan menyebarkan survei berbentuk kuesioner kepada para responden yang menjadi pengikut akun Twitter *Jogja Student* dan responden tersebut diharuskan pelajar atau mahasiswa aktif di Yogyakarta.

²⁶ Jane Stokes, *How To Do Media And Cultural Studies: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*, (Yogyakarta: Bentang Pustaka, 2007), hlm. Pengantar xi

²⁷ Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 55

²⁸ Purwanto, *Instrumen Penelitian Sosial dan pendidikan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), Hlm. 59

2. Sumber Data

Data yang menjadi sumber penelitian ini adalah wawancara langsung dengan pemilik akun *Jogja Student*. Selain itu, data yang paling penting adalah kuesioner pertanyaan yang diisi oleh para responden yaitu dari pengikut akun Twitter *Jogja Student*.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data diartikan sebagai proses atau kegiatan yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau berbagai fenomena, informasi atau kondisi lokasi penelitian sesuai dengan lingkup penelitian.²⁹ Menurut Sugiyono, dalam penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara interview, kuesioner dan observasi.

Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan pengambilan data dengan teknik kuesioner dan interview atau wawancara. Data utama adalah kuesioner yang disebarikan kepada para pembaca atau pengikut akun Twitter *Jogja Student*. Cara pengambilan data dari para pengikut Twitter *Jogja Student* adalah dengan membuat kuesioner dengan *google form* dan disebarikan dengan bantuan akun Twitter *Jogja Student* kepada para pengikutnya. Selain itu untuk data tambahan, penulis juga akan melakukan wawancara kepada pihak internal atau pengurus dari akun *Jogja Student*.

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: ALFABETA. 2012 (cet. 15), 2012), hlm 193 - 194

4. Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik sampling *convenience* (*accidental sampling*). Menurut Sugiyono, *convenience sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui dan cocok untuk memenuhi syarat sebagai responden.³⁰ Menurut Santoso, Singgih dan Tjiptono, *convenience sampling* adalah prosedur sampling yang memilih sample dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses.³¹ Dengan kata lain, responden yang memenuhi dalam penelitian ini adalah siapa saja dari para pengikut atau *followers* dari akun Twitter *Jogja Student* yang mengisi kuesioner *google form* yang disebarakan melalui akun Twitter *Jogja Student* dengan tidak memilih – milih responden dan asalkan responden tersebut memenuhi kriteria utama yaitu pelajar atau mahasiswa yang mengikuti akun *Jogja Student*.

Saat ini jumlah pengguna aktif Twitter di Dunia termasuk Indonesia mengalami penurunan.³² Termasuk dengan akun Twitter *Jogja Student*, Rifqi selaku pemilik mengaku setiap informasi yang di *tweet* atau disebarakan tidak terlalu mendapatkan banyak respon seperti dulu.

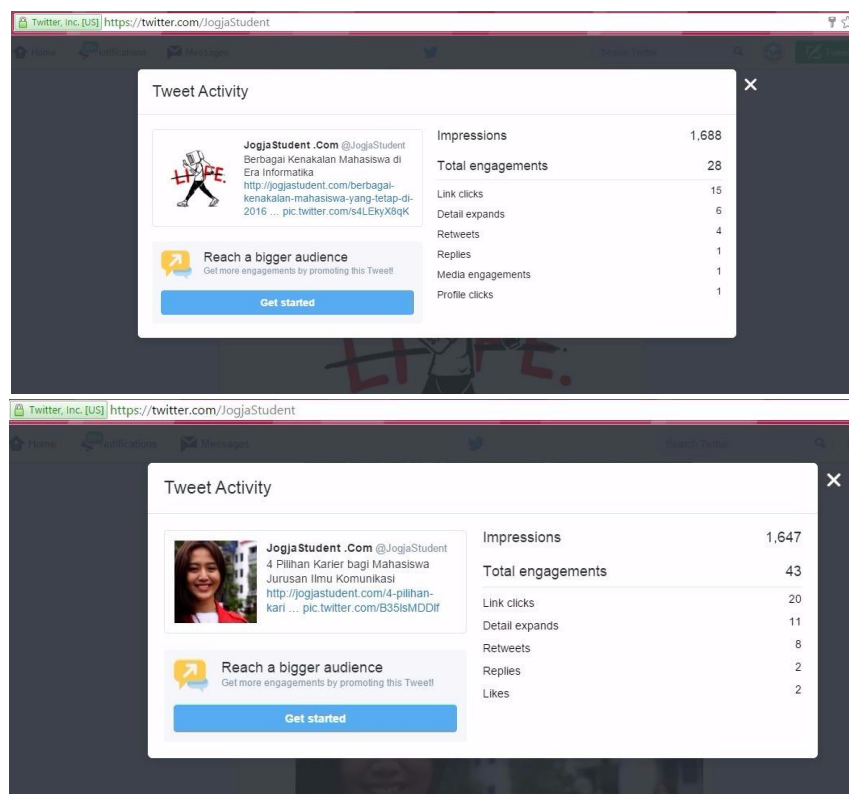
³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2004), hlm. 77

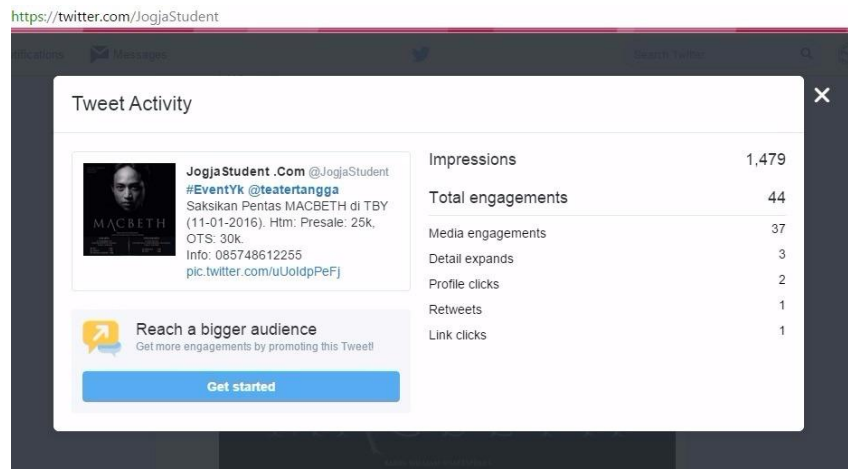
³¹ Singgih Santoso dan Tjiptono, Fandy, *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 89 – 90.

³² Admin, <http://thepresidentpostindonesia.com/2016/01/19/pengguna-semakin-berkurang-nilai-saham-twitter-terus-menurun/>, diakses tanggal 30 Januari 2016

Terbukti, saat ini setiap informasi yang dibagikan dalam Twitter Jogjastudent dilihat sebanyak rata – rata 1500 orang/*tweet* padahal akun Twitter *Jogja Student* memiliki lebih dari 90 ribu pengikut. Maka dari itu penulis mengambil pengikut Twitter Jogjastudent yang masih aktif melihat informasi di akun Twitter Jogjastudent tersebut untuk menjadi populasi aktif dalam penelitian ini, yaitu berjumlah 1500 orang.

Gambar 7 Tweet Activity Twitter Jogja Student





Sumber: Statistic akun Twitter Jogjastudent, diakses tanggal 12 Januari 2016

Dalam pengambilan sample, penulis menggunakan metode Slovin. Riduwan dalam bukunya Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula, menulis rumus Slovin untuk pengambilan sampel dengan rumusnya adalah³³

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

Keterangan: n = sampel,

N =Populasi,

d = nilai presisi 95% atau sig. = 0,05.

³³ Riduwan, Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula, (Bandung: Alfabeta, 2005), Hlm. 65

Berdasarkan rumus di atas, jadi jumlah sampel:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{N \cdot (d^2) + 1} \\ &= \frac{1500}{1500 \cdot (0,0025) + 1} \\ &= 315,789474 = 320\end{aligned}$$

Dengan demikian jumlah sampel yang akan diambil adalah 320 orang dari jumlah followers aktif yang sering melihat informasi Twitter Jogjastudent.

5. Analisis Data

Menurut Arikunto (1987) dalam jurnal *Media Dan Penyajian Berita Pembentukan Kabinet* (2010), dalam sebuah penelitian, analisis data dilakukan dengan tujuan untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.³⁴ Analisis data dalam penelitian kuantitatif deskriptif ini adalah menggunakan teknik statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel, tidak membuat suatu hal generalisasi dan uji signifikansi terhadap hasil data.³⁵

³⁴ Febri Kurniasih, *Media Dan Penyajian Berita Pembentukan Kabinet*, (Solo: Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret, 2010), Hlm. 27

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alfabeta, 2008), hal.207

Rumus yang digunakan adalah rumus mean, median dan modus sebagai berikut

$$\text{mean} = \frac{\sum ft}{\sum f} =$$

Keterangan: t = Nilai tengah

f = Frekuensi

$$\text{modus} = Bb + p = \left(\frac{f_1}{f_1 + f_2} \right)$$

Keterangan: P = Panjang kelas

f1 = Selisih antara f modus dengan f sebelumnya

f2 = Selisih antara f modus dengan f setelahnya

$$\text{median} = Bb + p = \frac{(\frac{1}{2} n - Jf)}{f}$$

Keterangan: Bp = Batas bawah kelas sebelumnya nilai median

P = Panjang kelas

N = Jumlah data

f = Frekuensi nilai median

jf = Jumlah frekuensi kumulatif sebelum nilai median

Penyajian data yang dilakukan dalam statistik deskriptif adalah dengan membuat tabel, grafik, diagram, pictogram, perhitungan, modus, median, mean, perhitungan desil, presentil.

6. Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas adalah suatu tingkatan yang mengukur karakteristik yang ada dalam fenomena di dalam penyelidikan. Sedangkan reliabilitas adalah suatu tingkatan yang mengukur konsistensi hasil jika dilakukan pengukuran berulang pada suatu karakteristik.³⁶ Sedangkan menurut Ghozali, uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidak suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.³⁷ Jadi, Uji validitas dan realibilitas data digunakan untuk menguji kuesioner, apakah kuesioner yang digunakan untuk penelitian ini sah atau tidak atau kuesioner tersebut harus dikurangi. untuk menguji dan Rumus dari uji validitas:³⁸

³⁶ Naresh K Malhotra, *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 1*, (Jakarta : PT. Indeks, 2007).

³⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro , 2001), hlm. 142.

³⁸ Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), hlm. 72

$$r = \frac{n \cdot \sum (XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{ n \sum X^2 - (\sum X)^2 \} \{ n \sum Y^2 - (\sum Y)^2 \}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi suatu butir/item

N = jumlah subyek

X = skor suatu butir/item

Y = skor total

Rumus Realibilitas dengan rumus Alpha Cronbach,

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma^2$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

σ^2 = varians total