

BAB I

PENDAHULUAN

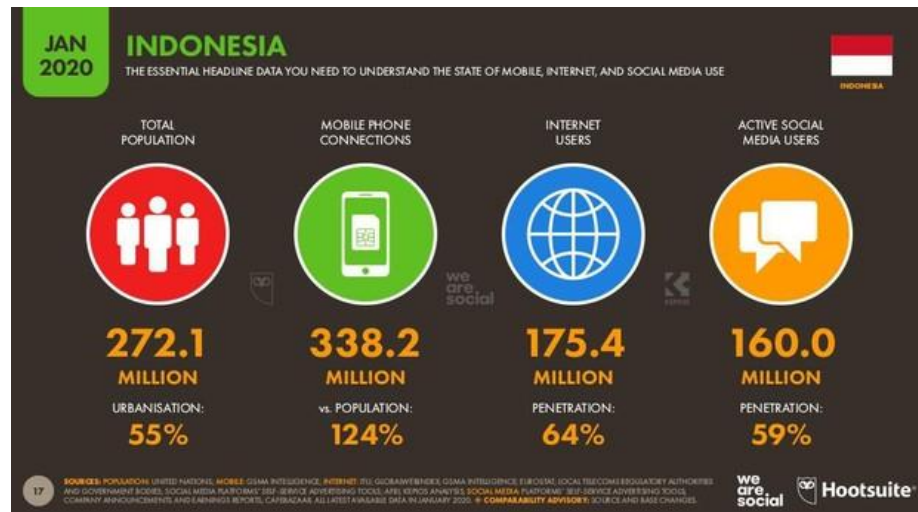
A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini telah melesat maju dengan cepat, setiap saat selalu mengalami perubahan yang berdampak kepada kemajuan pada media massa. Perkembangan media massa ini, menurut John Pavlik dan Shawn McIntosh (dalam Unde, 2014:188) dapat disebut sebagai konvergensi telekomunikasi, komputer dan media dalam lingkungan digital, yang hasilnya mengubah banyak aspek dasar dari media massa dan komunikasi. Konvergensi media ini, mengakibatkan media mainstream, yaitu surat kabar, televisi dan radio, bertransformasi atau terintegrasi dengan media online atau internet. Kemunculan internet melahirkan sebuah layanan yaitu media sosial. Media sosial seakan memperkuat kedudukan internet sebagai *new media communication*, dimana jarak tidak lagi terlihat, informasi dan pesan bisa tersampaikan secara global dalam waktu singkat.

Media sosial memegang peranan yang sangat penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Sejak awal media sosial telah dirancang untuk menjadi wadah bagi pengguna agar bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan bertukar informasi dan ide didalam komunitas dan jaringan virtual. Produksi informasi dan berita saat ini tidak lagi hanya dilakukan oleh penerbit berita besar. Saat ini siapa pun bisa menjadi pembuat berita dan berdampak pada orang

banyak. Demikian pula, setiap orang dapat dengan bebas menikmati konsumsi informasi melalui media digital.

Gambar 1. Jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2020



(Sumber: Yuswardi A. Suud, 2020)

Menurut laporan terbaru *We Are Social*, pada tahun 2020 Indonesia memiliki 175,4 juta pengguna internet. Dibandingkan tahun sebelumnya terdapat kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk Indonesia telah merasakan akses ke dunia maya. Dalam laporan ini juga diketahui bahwa saat ini masyarakat Indonesia yang memiliki ponsel sebanyak 338,2 juta, dan terdapat 160 juta pengguna aktif media sosial. Bila dibandingkan dengan 2019, maka pada tahun ini *We Are Social* menemukan ada peningkatan 10 juta orang Indonesia aktif di media sosial.

Para pengguna internet memiliki berbagai motivasi untuk mengakses berbagai media, termasuk media sosial. Salah satu motivasi utama adalah adanya fasilitas pendukung yang memungkinkan mereka mengakses dan melakukan interaksi di dalam media sosial. Informasi menjadi kebutuhan yang vital bagi masyarakat saat ini. Kebutuhan informasi semakin meningkat setiap tahunnya baik di bidang politik, hukum, ekonomi, bisnis, sampai hiburan. Media sosial menjadi sumber informasi yang populer dan menjadi alternatif baik untuk media pencari dan penyebar informasi.

Salah satu media sosial yang digunakan sebagai wadah untuk berbagi informasi dan ide adalah twitter. Twitter merupakan sebuah media yang dapat menghubungkan komunikator dan komunikan dan menjadi perantara komunikasi interpersonal dengan cara membalas tweet orang lain. Praktik komunikasi massa juga dapat ditemukan di twitter, yaitu ketika seseorang menyiarkan pesan melalui tweetnya. Selain menjadi saluran komunikasi massa, twitter juga dapat dikatakan sebagai mesin pencari terbesar kedua yang digunakan pengguna internet setelah Google. Sebagai *platform* yang bisa menciptakan *engagement* tinggi, secara otomatis akan menciptakan penyebaran secara luas. (sumber: Hilman Fajrian, 2015) .

Twitter adalah situs web jejaring sosial dunia yang populer, memungkinkan penggunaannya untuk mem-posting pesan singkat atau tweet sampai dengan 280 karakter. Saat ini jumlah pengguna aktif twitter mencapai 320 juta dengan rata-rata jumlah tweet lebih dari 300 juta per harinya. Twitter mengalami pertumbuhan pesat dan popularitasnya meningkat dengan cepat di seluruh dunia. Pada laporan finansial twitter ke-3 tahun 2019, pengguna aktif harian di *platform* twitter global meningkat hingga 21% ke angka 145 juta pengguna. Terutama untuk pertumbuhan rata-rata jumlah pengguna twitter di Indonesia meningkat cukup besar mencapai mencapai 3,5 diatas angka global. (sumber: [Virgina Maulita Putri, 2020](#)).

Twitter hadir sebagai sarana komunikasi untuk bertukar informasi mengenai berbagai peristiwa di dunia nyata. Pesan-pesan singkat pada twitter secara umum mencerminkan berbagai peristiwa yang dialami pengguna secara real-time. Twitter memberikan sumber informasi yang besar dan mudah didapat. Sifat informasinya mengalir secara *stream* dan *up-to-date*. Twitter dapat dimanfaatkan sebagai sumber *real-time* untuk identifikasi peristiwa di dunia nyata. Topik pembicaraan di twitter sangat beragam dan tingginya popularitas twitter menyebabkan layanan ini telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan dalam berbagai aspek, misalnya sebagai sarana protes, kampanye politik, sarana pembelajaran, dan sebagai media komunikasi darurat. Tentang pemanfaatan Twitter, dalam penelitiannya, Eddyono

menyebutkan bahwa Twitter masih berpeluang menjadi sumber informasi baru sekaligus menjadi media sosialisasi dan interaksi. Namun, Twitter juga memiliki peluang sebagai pesaing media massa mainstream. Media massa menggunakan fitur Twitter yang ada untuk memanfaatkan kekuatan Twitter (Subarkah, 2014:47-65).

Twitter yang bersifat media *self publishing* telah berhasil menjadi medium sebuah isu-isu penting yang mampu mempengaruhi dunia *offline*. Twitter juga banyak dimanfaatkan sebagai media untuk menyebarkan isu-isu politik, sosial dan wadah bagi masyarakat untuk memberikan kritik dan saran bagi pemerintah. Memberi komentar dan kritik kepada pemerintah dan petinggi negara sangatlah wajar bagi negara Indonesia yang menganut sistem demokrasi yang berdasarkan hukum. Hal tersebut dapat diartikan sebagai partisipasi warga negara terhadap politik negara, partisipasi politik dapat diartikan sebagai keikutsertaan masyarakat untuk secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kebijakan yang dirumuskan oleh pemerintah. Di negara-negara demokrasi pada umumnya dianggap bahwa semakin banyak partisipasi masyarakatnya, maka akan lebih baik.

Tingkat partisipasi yang tinggi menunjukkan bahwa warga negara mengikuti dan memahami masalah politik dan ingin melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan itu. Sebaliknya, tingkat partisipasi yang rendah umumnya dianggap sebagai tanda yang kurang baik, karena

dapat diartikan bahwa banyak warga negara yang tidak menaruh perhatian terhadap masalah kenegaraan (Miriam Budiardjo, 2008:369).

Media massa dapat menjadi sarana masyarakat untuk bertindak sebagai pengawas, sehingga kontrol sosial rakyat dan pengawasan media menjadi cocok dan terintegrasi. Oleh karena itu, dalam sistem demokrasi, kebebasan media atau kebebasan pers dianggap sebagai salah satu pilar penting. Jika kebebasan pers dikontrol secara ketat, maka sistem demokrasi tidak akan berfungsi secara efektif.

Media sebagai penjaga keseimbangan hubungan antara penguasa dan masyarakat semestinya bertindak netral dan objektif. Media diharapkan tidak menjadi bagian perjuangan kepentingan penguasa dan pemilik modal serta cenderung menghambat terciptanya ruang komunikasi antara negara dan publik. Menurut Wahid 2010 (dalam Wahid, 2018:57) Negara harus menjamin terpeliharanya ruang publik (*public sphere*) yang mampu memunculkan hubungan komunikasi rasional antara negara dan masyarakat. Konsep publik sphere adalah konsep yang menegaskan pentingnya kebebasan masyarakat dalam berkomunikasi secara aktif dan rasional dengan penguasa media menjadi medium yang mampu menciptakan ruang publik bagi dialog rasional dan emansipasi masyarakat dalam politik.

Media sosial menjadi salah satu alternatif yang mampu menciptakan ruang publik. Media harus menjadi bagian yang konstruktif dan bertanggung jawab kepada masyarakat, bukan hanya

kepada pemilik media. Oleh karenanya, media sosial seperti twitter diharapkan dapat menjadi saluran transformasi informasi yang lebih baik karena mempunyai peluang yang besar dalam menciptakan *public sphere* yang dinamis, bahkan dapat mengalami perubahan secara cepat. Media sosial terbukti memenuhi rasa haus khalayak terhadap ruang terbuka dalam mengekspresikan pemikiran, ide atau opini secara bebas tanpa dibatasi keharusan kaidah jurnalistik yang umum. Sehubungan dengan media massa, saat ini juga media sosial dapat digunakan sebagai wadah untuk pengawasan kepada pemerintah, karena generasi muda saat ini lebih memilih untuk mengakses berita politik melalui internet karena kemudahannya .

Kritik sosial adalah kegiatan yang berkaitan dengan penilaian, perbandingan, serta pengungkapan tentang kondisi sosial dalam suatu masyarakat yang terkait dengan nilai yang dianut serta nilai yang mendasarinya. Melalui komedi, kritik sosial dapat diungkapkan dengan bahasa yang harmonis dan mempunyai kesan santai serta menggelitik bagi penikmatnya. Dimensi keseriusan dalam sebuah komedi tampak dalam fungsi komedi itu sendiri. Fungsi komedi yang tergolong penting adalah sebagai media untuk melakukan kritik sosial. Fungsi tersebut menjadikan komedi sebagai alat untuk menyampaikan keresahan realita di masyarakat. Hal ini baik, karena komedi dapat menjadi media dalam menjembatani kepentingan pemerintah kepada rakyatnya, maupun rakyat kepada pemerintahnya.

Kebebasan berekspresi merupakan bagian dari hak asasi manusia yang dijamin oleh Undang-Undang Dasar 1945 dan Deklarasi Universal Hak-hak Asasi Manusia. kebebasan setiap warga negara untuk menyampaikan pendapat merupakan perwujudan demokrasi dalam tatanan kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Dalam kehidupan demokrasi, setiap warga negara memiliki hak dan kewajiban yang sama untuk berperan aktif dalam mengawasi jalannya pemerintahan. Tentunya masyarakat yang memiliki kepekaan politik dan rasa kepemilikan nasional yang tinggi juga akan memperhatikan pembangunan dalam negaranya. Jika terdapat sesuatu yang dianggap menyimpang, maka masyarakat akan menyuarakan aspirasinya melalui kritik dan saran untuk pembanguna nasional yang lebih baik. Tentu saja kebebasan berbicara juga harus dilakukan secara bertanggung jawab berdasarkan akal sehat, niat baik dan norma-norma sosial.

Tabel 1. Profil dan perbandingan akun Twitter

No	Nama Akun Twitter	Jumlah Followers	Jumlah Like	Jumlah Retweet	Jumlah Komen
1.	@bintangemon	1.4 juta	- 98.6 K - 132 K - 249 K - 273 K	- 29.6 K - 50.6 K - 93.8 K - 125 K	- 1,470 - 4,525 - 3,561 - 8,938
2.	@ernestprakasa	1.4 Juta	- 8,555 - 12.8 K - 35.8 K - 137 K	- 1,747 - 4,920 - 4,755 - 61 K	- 654 - 401 - 1,520 - 2,105

(Sumber: Twitter, diakses pada 1 Desember 2020)

Tabel di atas berisikan beberapa komika yang menggunakan Twitter sebagai media untuk mengkritisi dan menyuarakan pendapatnya terhadap pemerintah mengenai isu-isu politik dan sosial di Indonesia. Dari data di atas diketahui bahwa jumlah *followers* Ernest dan Bintang sebanding, namun jika dilihat dari *feedback* pengguna twitter lainnya, Bintang lebih unggul dengan jumlah like di satu video yaitu sebesar 274 ribu dan dikomentari sebanyak 8,398 oleh netizen. Keunikan dari Bintang Emon juga dapat dilihat dari isi twitternya yang tidak hanya berisi cuitan berupa teks dan gambar, Bintang juga menyampaikan pendapatnya melalui video yang diselengi oleh komedi.

Salah satu akun twitter yang aktif dalam menyuarakan dan mengkritik isu-isu politik adalah seorang komika Gusti Muhammad Abdurrahman Bintang Mahaputra atau yang lebih dikenal dengan nama Bintang Emon, dengan akun twitternya yaitu @bintangemon. Bintang pernah mengikuti kontes komedi yaitu Stand Up Comedy Academy 3 pada tahun 2017, dan berhasil menjuarai ajang tersebut. Bintang aktif di twitter dengan konten-konten komedinya dan juga sering mengomentari isu-isu sosial dan politik dengan gaya komedi satire nya.

Bintang mulai dikenal oleh masyarakat luas saat dirinya membuat sebuah konten yang dinamakan Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO) di akun media sosialnya. DPO merupakan sebuah konten yang berbentuk video dengan durasi satu hingga tiga menit yang dibalut dengan unsur komedi yang berisi tentang keluh kesah, omelan dan keresahan tentang isu-isu yang terjadi di lingkungan sekitar. Selain DPO, Bintang pun aktif membagikan cuitan dan me-retweet tentang isu-isu politik di akunnya, komika ini juga sering membuat cuitan mengenai kritik-kritiknya terhadap pemerintah. Seperti cuitannya tentang pelarangan kata “Anjay”, tentang UU ITE, kasus Novel Baswedan, disahkannya Omnibus Law oleh DPR dan tentang project Jurassic Park di Pulau Rinca.

Gambar 1.2 Cuitan Bintang Emon di akun twitternya



(Sumber: Twitter, diakses pada 7 November 2020)

Kasus yang paling disorot adalah ketika Bintang mengomentari kasus penyiraman air keras penyidik KPK Novel Baswedan, dengan mengunggah video berdurasi satu menit empat puluh tiga detik tersebut dengan gaya komedinya. Bintang mengkritisi tuntutan satu tahun penjara terhadap Ronny Bugis dan Rahmat Kadir Mahullette, yaitu anggota Polri yang menyiram Novel Baswedan seorang penyidik KPK dengan air keras. Menurut jaksa, tuntutan ringan satu tahun penjara diberikan karena pelaku tidak secara sengaja untuk berbuat demikian. Setelah unggahan videonya ini, Bintang mendapat banyak *followers* pada akun twitternya @bintangemon, Bintang juga mendapat banayak perhatian dari masyarakat dan disorot oleh berbagai portal berita Indonesia.

Gambar 1.3. Komentar pada Akun Twitter Bintang Emon



(Sumber: Twitter, diakses pada 25 November 2020)

Bintang Emon yang mempunyai 1.4 juta pengikut di twitter tentu saja dapat dianggap sebagai komika yang cukup dikenal masyarakat, cuitannya banyak dikomentari oleh *followersnya* baik yang mendukung ataupun yang tidak setuju terhadap tulisannya. Bahkan videonya yang mengomentari tentang kasus penyiraman air keras pada Novel Baswedan dilihat sebanyak 5 juta kali dan mendapat komentar sebanyak 8,963. Banyak dari komentarnya yang menanggapi lelucon tukang bakso dari bintang emon dan mencemaskan bintang agar hati-hati dan jika terjadi sesuatu kepada komika satu ini, para netizen akan siap mendukung dan membelanya. Dalam cuitan-cuitan Bintang yang lain juga terdapat komentar-komentar yang berfariatif, dari komentar yang

mendukungnya dan mengapresiasi bahwa bintang berani dalam mengkritik pemerintah sampai *followers* Bintang yang tidak menyetujui apa yang dikatakan bintang dan memberitahu agar tidak mencampuri urusan politik karena bukan bidangnya.

Untuk mendukung proses penelitian ini, peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal Assyauqi dengan judul “Opini Followers Terhadap Gaya Penyampaian Pesan Akun Twitter @_TNIAU Pada Tahun 2016-2017” Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2017. Akun twitter resmi lembaga negara tersebut dinilai mampu berinteraksi dengan publik melalui gaya penyampaian pesan yang berbeda, di setiap pesan dan tweet yang disampaikan, TNI AU mampu menarik hati pengguna twitter untuk mengikuti postingan mereka yang dinilai dapat menghibur sekaligus merubah opini masyarakat tentang dunia TNI AU dan dunia kedirgantaraan. Metode penelitian ini berjenis kualitatif deskriptif dengan objek penelitian akun twitter @_TNIAU. Teknik analisis data dengan cara *indept interview* kepada beberapa informan yang merupakan followers dari akun tersebut. Hasil dari penelitian ini, mendeskripsikan tentang bagaimana opini masyarakat terhadap gaya penyampaian pesan akun twitter @_TNIAU pada tahun 2016-2017.

Kemudian penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Gunawan Putra dengan judul penelitian “Opini Users #DiaSibukKerja Terhadap Kicauan #2019GantiPresiden dalam Jejaring Sosial Twitter 2018” Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2019. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data berupa wawancara dan studi dokumentasi. Sumber data dengan melakukan wawancara kepada lima orang informan. Hasil penelitian penerimaan informan terhadap kicauan #2019GantiPresiden sebagai bentuk persuasif dengan balutan pesan yang cenderung negatif kepada khalayak luas sehingga menimbulkan perpecahan antar pendukung, hal ini karena banyak kalimat tidak etis, fitnah serta tidak santun disampaikan oleh pihak oposisi yang belum tentu kebenarannya. Opini informan dipengaruhi oleh faktor persepsi terhadap kicauan yang disebarakan #2019GantiPresiden. Persepsi para informan menilai pemberitaan yang disebarakan tidak berdasarkan data dan fakta yang valid, seperti pemberitaan Jokowi sebagai keturunan PKI, Anti Islam, dan lain sebagainya. Hal ini dikarenakan para informan dalam menerima pemberitaan tidak langsung menerima tetapi melakukan kroscek terhadap kebenaran kicauan

Penelitian terdahulu yang terakhir adalah penelitian oleh Ike Ardian Oktafasari dengan judul “Opini Publik Di Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif Opini Publik Tentang Kekerasan Pada Anak Di Media Sosial Twitter)” Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2016. Hasil penelitian ini menjabarkan bahwa hanya terdapat tiga komponen yaitu Affect, Behaviour dan Cognitif. Affect yaitu yang berkaitan dengan rasa senang, suka, sayang, ketakutan, kebencian dan lain sebagainya. Merupakan evaluasi berdasarkan perasaan seseorang yang secara emosional untuk menghasilkan penilaian buruk ataupun baik. Behaviour adalah komponen yang secara positif mempengaruhi seseorang untuk melakukan tindakan atau perilaku atas suatu reaksi yang sedang dialaminya. Sedangkan Cognitif mengacu pada penalaran seseorang untuk menilai suatu informasi, pesan, fakta, dan pemahaman yang berkaitan dengan pendiriannya. Cognitif menghasilkan evaluasi atau pemahaman dari seseorang berdasarkan rasio atau kemampuan nalarnya, yang berarti kognitif tersebut merupakan aspek kemampuan intelektualitas seseorang yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana opini individu followers terhadap pesan komedi kasus Novel Baswedan dalam akun twitter @bintangemon?

C. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mendeskripsikan opini individu followers terhadap pesan komedi kasus Novel Baswedan dalam akun twitter @bintangemon
2. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi opini individu followers terhadap pesan komedi kasus Novel Baswedan dalam akun twitter @bintangemon

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Peneiltian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian dalam ilmu komunikasi yang berkaitan dengan opini di media sosial khususnya twitter.
2. Manfaat Praktis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai media alternatif bagi para pengguna twitter untuk menyampaikan suaranya kepada pemerintah melalui media sosial.

E. Kerangka Teori

1. Opini

Opini adalah penilaian, sudut pandang, atau pernyataan yang sifatnya tidak memiliki landasan kepastian. Karena tidak memiliki landasan kepastian, opini bersifat subjektif dan kadang, berdasarkan faktor-faktor emosional atau hal-hal lain, terlihat tidak logis atau tidak masuk akal. Sebuah opini bisa saja didukung oleh fakta-fakta dan sejumlah prinsip, dalam hal ini menjadi argument atau alasan yang melandasinya. Atas sebuah fakta atau kejadian yang sama, individu bisa berbeda dengan individu yang lainnya dalam memberikan penilaian dan kesimpulan. Pada umumnya, opini jarang bisa berubah tanpa argument baru yang disajikan. Dengan demikian opini merupakan hasil dari perspektif, pemahaman, perasaan tertentu, keyakinan, dan keinginan dari seseorang yang merujuk pada informasi yang tidak berdasar, berbeda dengan pengetahuan dan fakta. (Syahputra, : 2018, 2-3)

Menurut Cutlip dan Center (dalam Syahputra, : 2018, 6-7) Opini adalah suatu ekspresi tentang sikap mengenai suatu masalah yang bersifat kontroversial. Opini timbul sebagai hasil pembicaraan tentang masalah yang kontroversial, yang menimbulkan pendapat berbeda-beda, dimana opini tersebut berasal dari opini-opini individual yang diungkapkan oleh para anggota sebuah kelompok

yang pandangannya bergantung pada pengaruh-pengaruh yang dilancarkan kelompok tersebut.

Pembentukan opini berawal dari persoalan yang menimbulkan perselisihan yang dapat berkembang menjadi isu yang akan menarik perhatian orang banyak. Suatu isu juga menjadi sangat umum jika permasalahannya menyebabkan dampak negatif kepada pihak-pihak yang bersangkutan. Munculnya sebuah isu bisa berawal dari munculnya sebuah pemberitaan pada media soaial, kemudian pemberitaan pada media sosial tersebut menggambarkan sebuah budaya pada golongan yang tidak sesuai dengan norma-norma yang ada. Hal ini lah yang merangsang pembentukan opini melalui komunikasi saluran massa, interpersonal dan organisasi (Ruslan, 2005:63).

Opini merupakan suatu cara setiap individu dalam mengekspresikan informasi yang diperoleh berdasarkan pada pemahaman individu itu sendiri sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan, individu juga menyadari adanya kehadiran suatu stimulus, namu individu itu menginterpretasikan stimulus tersebut.

Dilihat dari perbedaan dan persamaan ruang lingkupnya, Iswandi Syahputra (2018 :3) membedakan opini dalam beberapa jenis, antara lain:

- a. Opini pribadi atau opini individu, yakni pendapat asli seseorang mengenai suatu masalah yang timbul apabila

seseorang tanpa dipengaruhi orang lain menyetujui atau tidak suatu masalah sosial. Opini berdasarkan penafsiran setiap individu atau setiap orang akan berbeda pandangannya terhadap suatu masalah.

- b. Opini kelompok, yakni pendapat kelompok mengenai masalah sosial yang menyangkut kepentingan banyak orang.
- c. Opini mayoritas, yakni pendapat terbanyak yang berkaitan dengan suatu masalah yang pro, kontra atau penilaian lain. Biasanya opini mayoritas itu dibawa kepada suatu forum terbuka dalam bentuk lembaga misalnya parlemen.
- d. Opini minoritas, yakni pendapat yang jumlahnya relatif sedikit yang berkaitan dengan suatu masalah sosial.
- e. Opini publik, yakni pendapat yang sama dari semua orang dalam suatu masyarakat mengenai suatu masalah yang menyangkut kepentingan umum.
- f. Opini massa, merupakan kelanjutan dari opini publik, yakni opini yang bersifat massa sebagai hasil perkembangan pendapat yang berbeda mengenai masalah yang menyangkut kepentingan umum. Opini massa bisa beralih pada tindakan fisik yang destruktif jika tidak berhasil dikontrol atau dikendalikan.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Opini

Opini sosial merupakan proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang dialami seseorang dalam lingkungan orang tersebut. Opini manusia merupakan penilaian yang terjadi dalam upaya individu dalam memahami orang lain. Sumber penting dalam pola interaksi antar manusia adalah opini sosial, karena opini sosial menentukan hubungan dengan orang lain. Untuk memahami opini seseorang dan publik tersebut menurut pendapat R. P. Abelson (dalam Nimmo, 2001:65) bukanlah perkara yang mudah, karena mempunyai ikatan yang erat dengan kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), dan persepsi (*perception*)

a. *Belief* / keyakinan

Kepercayaan terhadap sesuatu, seperti kepercayaan masyarakat terhadap berita yang disampaikan oleh media massa atau oleh para pemimpin opini (*opinion leader*) yang dipercayainya. Biasanya seseorang mengungkapkan opini pada sebuah hal didasari oleh adanya kepercayaan. Nilai kepercayaan tersebut terbentuk bisa dipengaruhi oleh Agama, Politik, Budaya, dsb. Nilai kepercayaan mempunyai pengaruh yang sangat besar untuk seseorang saat menyampaikan pendapatnya. Itulah alasan mengapa orang-orang yang memiliki latar belakang kepercayaan yang sama cenderung mempunyai opini yang sama.

b. *Attitude* / sikap

Apa yang sebenarnya dirasakan oleh seseorang, seperti masyarakat yang bersikap ingin tahu atau sebaliknya terhadap berita yang disampaikan oleh media massa. Sikap seseorang dalam menyikapi sebuah peristiwa akan melahirkan sebuah opini. Adapun pernyataan sikap dapat berbentuk membenarkan atau menyangkal informasi lain yang dilihat atau didengar di media.

c. *Perception*/persepsi

Proses memberi makna pada sensasi (apa yang ditangkap oleh alat indera) sehingga manusia mendapatkan pengetahuan yang baru. Opini bisa terbentuk karena adanya persepsi pemberian makna terhadap sebuah peristiwa. Saat seseorang menerima informasi tertentu maka ketika itu akan terjadi penilaian pada penyebab serta kemungkinan yang bisa terjadi, dan pada akhirnya akan menghasilkan sebuah opini.

Menurut D.W. Rajecki dalam (Ruslan, 2005:67) faktor pembentukan opini mempunyai tiga komponen yang dikenal dengan istilah *ABCs of attitude*, yaitu:

a. Komponen A: *Affect* (perasaan atau emosi)

Komponen ini berkaitan dengan rasa senang, kesukaan, ketakutan, kebencian, kesedihan, dan kebanggaan atau bosan

terhadap sesuatu, sebagai akibat setelah merasakannya atau timbul setelah melihat dan mendengarkannya. Kemudian komponen afektif tersebut merupakan evaluasi berdasarkan perasaan seseorang yang secara emotif (aspek emosional) untuk menghasilkan penilaian, yaitu:”baik atau buruk”.

b. Komponen B: *Behaviour* (tingkah laku)

Komponen ini lebih menunjukkan tingkah laku atau perilaku seseorang, misalnya bereaksi untuk memukul, menghancurkan, menerima, menolak, mengambil, membeli dan lain sebagainya. Jadi merupakan komponen atau menggerakkan seseorang secara aktif (action element) untuk melakukan “tindakan atau berperilaku” atau suatu reaksi yang sedang dihadapinya.

c. Komponen C: *Cognition* (pengertian atau nalar)

Komponen kognisi ini berkaitan dengan penalaran untuk menilai suatu informasi, pesan fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya. Komponen ini menciptakan penilaian atau pemahaman seseorang berdasarkan kemampuan penalarannya. Artinya kognitif tersebut merupakan aspek kemampuan intelektualitas seseorang yang berhubungan dengan nilai ilmu pengetahuan.

Proses pembentukannya opini digambarkan bagaimana persepsi seseorang yang dipengaruhi oleh suatu permasalahan yang berkembang dimasyarakat, pada akhirnya membentuk opini individu. Proses inilah yang menghasilkan suatu interpretasi atau pendirian seseorang, dan pada akhirnya akan membentuk opini, yang kemudian nantinya bersifat mendukung, menentang atau berlawanan (Ruslan, 2008:68).

Persepsi dan sikap adalah dua faktor yang membentuk sebuah opini, karena apabila persepsi masih ada di dalam pikiran manusia, sedangkan sikap berakhir dengan kecenderungan perilaku yang masing-masing faktor memiliki proses yang melatarbelakangi pembentukannya. Apabila keduanya diungkapkan akan menjadi sebuah opini. Opini tidaklah semata-mata dipengaruhi oleh berita tunggal yang diberitakan pada hari itu, melainkan oleh berita-berita yang muncul dan beredar dalam beberapa tahun belakangan secara kontinu (Kasali, 2005:27).

a. Persepsi

Persepsi adalah suatu proses memberikan makna, yang sebenarnya merupakan akar dari opini. Definisi persepsi yang disampaikan oleh R. B. Abelson (dalam Nimmo, 2001:65) yaitu proses memberi makna pada sensasi (apa yang ditangkap oleh alat indera) sehingga manusia mendapatkan pengetahuan

yang baru. Opini bisa terbentuk karena adanya persepsi pemberian makna terhadap sebuah peristiwa.

Timbulnya persepsi dilatarbelakangi hasil sortasi dari topik atau objek yang memicu individu, yang mana dalam hal ini topik atau objek itu memenuhi sebuah tujuan dan relevansi dari individu itu sendiri. Maka dari itu persepsi yang ada berperan penting dalam pembentukan opini karena persepsi adalah faktor penting terbentuknya sebuah opini. Seperti yang dikatakan oleh Abelson (dalam Ruslan, 2016:66-67) yang menjelaskan bahwa opini mempunyai kaitan yang erat dengan persepsi, yaitu proses pemaknaan dari berbagai faktor, yaitu latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai yang dianut serta berita-berita dan pendapat-pendapat yang berkembang. Persepsi ditentukan oleh faktor-faktor seperti :

1. Latar belakang budaya dan kebiasaan

Latar belakang budaya dan kebiasaan merupakan salah satu faktor yang penting bagi opini setiap informan dalam memberikan opini mengenai isu yang ada. Budaya adalah faktor internal pembentuk persepsi yang datang dari dalam diri, budaya dapat membentuk persepsi individu karena adanya nilai dan sistem yang dipercayai. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (dalam Mulyana, 2010:214) ada 6 unsur yang dalam budaya yang secara

langsung dapat mempengaruhi persepsi dalam berkomunikasi dengan individu atau kelompok budaya lain, yaitu : a. Kepercayaan, nilai dan sikap b. Pandangan dunia c. Organisasi sosial d. Tabiat manusia e. Organisasi kegiatan f. Persepsi tentang diri dan orang lain.

2. Pengalaman masa lalu

Persepsi berkaitan tentang pengalaman seseorang terhadap objek, fenomena dan peristiwa yang dialami kemudian mengambil kesimpulan dan menafsirkan pesan terkait hal-hal tersebut (Rakhmat, 2012: 51). Pengalaman memiliki pengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan atau menikmati suatu objek atau peristiwa berdasarkan persepsi yang timbul. Hal tersebut berkaitan dengan kenyamanan dan kefamiliaran suatu individu terhadap objek tersebut.

3. Nilai-nilai yang dianut

Nilai merupakan bagian dari kebudayaan yang memiliki pengertian sebagai konsep-konsep abstrak yang dimiliki setiap individu tentang apa yang dianggap baik atau buruk, benar atau salah, patut atau tidak patut (Liliweri, 2003:108). Berbicara norma maka berbicara mengenai standar perilaku. Norma didefinisikan sebagai perilaku rata-rata, perilaku khusus atau perilaku yang dilakukan berulang-ulang. Kehidupan manusia selalu ditandai oleh

norma sebagai aturan sosial untuk menentukan perilaku manusia yang berkaitan dengan kelaikan berperilaku. Norma ideal sangat penting untuk menjelaskan dan memahami tingkah laku tertentu manusia, dan ide tentang norma-norma sangat mempengaruhi sebagian besar perilaku sosial termasuk perilaku komunikasi manusia (Liliweri, 2003:108).

4. Berita dan pendapat yang berkembang

Berita dan pendapat yang berkembang mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang dan dapat diartikan bahwa berita-berita yang dipublikasikan itu dapat menjadi pembentuk opini.

b. Sikap

Menurut Karlinger dalam (Saifudin Azwar, 2010:7) sikap adalah kecenderungan yang tertata untuk berfikir, merasa, berperilaku terhadap sesuatu himpunan fenomena seperti objek-objek fisik, kejadian, atau perilaku. Definisi sikap menurut Sri Utami Rahayuningsih (2008:1) sikap mempunyai poin penting yang seharusnya dibeberkan, sikap berorientasi pada respon, sikap berorientasi pada kesiapan respon untuk bereaksi kepada suatu opini atau objek gagasan, sikap adalah kontelasi atau bagian komponen kognitif, afektif, konatif yang seharusnya saling berhubungan. Sedangkan Menurut Abelson

(dalam Nimmo, 2001:65) sikap seseorang dalam menyikapi sebuah peristiwa akan melahirkan sebuah opini. Dari pernyataan para ahli tersebut terbentuklah kesimpulan bahwa sikap merupakan sebuah reaksi seseorang terhadap fenomena atau topik tertentu yang bersifat baik dan buruk yang di laksanakan dalam wujud setuju atau tidak setuju, suka atau tidak suka, serta perasaan dan kecenderungan untuk bertindak.

3. Media Sosial

Media sosial adalah medium di internet di mana pengguna dapat mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain. Boyd menjelaskan (dalam Nasrullah, 2017:11) definisi media sosial yaitu sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

Media sosial adalah sebuah media online di mana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isu meliputi blog, jejaring sosial, wiki, dan forum duni virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. dalam konteks media massa, khususnya dalam surat kabar perhatian

terhadap masalah dinyatakan dalam jumlah kolom, besarnya judul, jumlah ilustrasi dan letak. Harus disadari bahwa dibalik semua fungsi media yang tampaknya sudah komunikatif tersebut, sesungguhnya terdapat fungsi internal yang disadari telah menentukan pemikiran, persepsi, opini dan perilaku individu (Sobur, 2009:111).

Karakteristik media sosial juga dijelaskan oleh Rulli Nasrullah (2017:16-34), yaitu:

a. Jaringan (*network*)

Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telpon genggang atau tablet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antar penggunaannya. Jaringan yang terbentuk antar pengguna akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat.

b. Informasi (*information*)

Dalam media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi dan didistribusikan oleh pengguna. dari kegiatan konsumsi inilah pengguna membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*).

c. Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun melalui perangkat apa pun.

d. Interaksi (*interactivity*)

Gane dan Beer (2008) menyatakan bahwa interaksi merupakan proses yang terjadi diantar pengguna dan perangkat teknologi. Kehadiran teknologi dan perangkatnya telah menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskandari kehidupan sehari-hari, bahkan telah menjadi apa yang disebut '*digital technologies have become integral parts of our everyday lives*'.

e. Simulasi (*simulation*) Sosial

Media tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang terdapat di media lebih nyata dari realitas itu sendiri. Realitas media merupakan hasil dari proses simulasi, dimana representasi di media telah diproduksi dan direproduksi menjadi realitas tersendiri yang terkadang berbeda atau bertentangan.

f. Konten Oleh Pengguna (*user generated conten*)

Media sosial menawarkan perangkat atau alat serta teknologi baru yang memungkinkan audiens (konsumen) untuk mengarsipkan, mengomentari, menyesuaikan, dan menyirkulasi ulang konten media.

g. Penyebaran (*share-sharing*)

Ciri khas media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Penyebaran terjadi dalam dua jenis. Pertama, melalui konten, media sosial konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Kedua, melalui perangkat, penyebaran melalui perangkat dapat dilihat sebagai teknologi yang menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten.

4. Twitter

Twitter merupakan salah satu jejaring sosial yang paling mudah digunakan, karena hanya memerlukan waktu yang singkat tetapi informasi yang disampaikan dapat dengan cepat menyebar secara luas (Zarella, 2010: 31). Twitter merupakan platform yang tidak hanya interaktif, tetapi juga digunakan untuk kebutuhan berbagi penggunaannya. Media sosial yang dibuat oleh Jack Dorsey ini memungkinkan pengguna untuk membagikan tautan, seperti foto dari Instagram, lagu dari YouTube, dan bahkan berita dari saluran berita mana pun.

Twitter hadir sebagai sarana komunikasi untuk bertukar informasi mengenai berbagai peristiwa di dunia nyata. Secara umum, pesan-pesan singkat twitter mencerminkan berbagai peristiwa yang di alami pengguna secara real-time. Pengguna Twitter sendiri

bisa terdiri dari berbagai kelompok yang para penggunanya ini dapat berinteraksi dengan teman, keluarga hingga rekan kerja. Twitter sebagai sebuah situs jejaring sosial memberikan akses kepada penggunanya untuk mengirimkan sebuah pesan singkat atau tweet yang terdiri dari maksimal 280 karakter, tweet sendiri bisa terdiri dari pesan teks dan foto. Melalui tweet inilah pengguna Twitter dapat berinteraksi lebih dekat dengan pengguna lainnya dengan mengirimkan pesan tentang pemikiran dan apa yang sedang dilakukan, tentang kejadian yang baru saja terjadi, tentang berita terkini serta hal lainnya. Terdapat beberapa fitur utama yang dapat digunakan ketika menggunakan Twitter, yaitu:

a. *Tweet*

Tweet merupakan tulisan yang dapat di posting melalui *timeline* Twitter. Jumlahnya tidak melebihi 280 karakter dan isinya berupa informasi, obrolan, ungkapan hati atau kata-kata motivasi.

b. *Direct message (DM)*

Memungkinkan komunikasi dua arah antar pengguna Twitter. Pengirim pesan hanya dapat mengirimkan *Direct Message* pada mereka yang sudah melakukan mengikuti dirinya. Selain itu, dua pengguna Twitter yang saling mengikuti dapat berkirim *Direct Message*.

c. *Retweet (RT)*

Tindakan mem-*forward* suatu *tweet* yang ada pada *timeline* sehingga para *followers* juga dapat melihat *tweet* tersebut. *Retweet* merupakan salah satu sikap Twitter yang sopan karena tetap mencantumkan sumber asli pembuat *tweet*.

d. *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial Twitter menyediakan fitur komentar, suatu *tweet* yang terdapat di *timeline* twitter pengguna dapat dikomentari dikolom komentar.

e. *Timeline*

Suatu daftar *tweet* dari *list* dari orang-orang yang sudah di *follow* berdasarkan satuan waktu yang berurutan. *Timeline* biasanya ditampilkan secara berurutan berdasarkan kronologi pembuatan *tweet*. *Tweet* yang baru di *posting* akan muncul di urutan teratas *timeline*.

f. *Hashtag*

Lambang tanda pagar (#) untuk memungkinkan pengguna Twitter lainnya dapat mencari kata kunci tertentu dengan mudah dan cepat. Kata kunci yang paling banyak memakai *hashtag* terbanyak biasanya akan menjadi *trending topic* di suatu negara atau bahkan di dunia.

g. *Trending topic*

Topik bahasan yang sedang menjadi *tren* di Twitter biasanya disertai dengan penggunaan *hashtag*. *Trending topic* umumnya berhubungan dengan suatu topik yang sedang ramai dibicarakan oleh pengguna Twitter.

h. *Search*

Fitur berupa kolom yang dapat digunakan untuk mencari sesuatu di Twitter. Cara penggunaannya hanya dengan memasukkan kata kunci pada kolom tersebut.

i. *Mention*

Suatu tindakan untuk memberi tahu seorang pengguna Twitter dengan mencantumkan *username* nya pada *tweet* (@username) sehingga orang tersebut dapat membaca *tweet* yang dikirimkan pengguna.

j. *List*

Fitur Twitter yang dapat digunakan untuk mengelompokkan sejumlah *tweet* yang berasal dari akun-akun Twitter yang di *follow* oleh pengguna. *List* dapat dibuat untuk mengelompokkan sahabat, perusahaan kompetitor serta kelompok akun lainnya.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang sedang terjadi. Penelitian deskriptif berfokus pada masalah yang sebenarnya pada saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut (Noor, 2001:34-35).

Penelitian deskriptif merupakan penelitian dengan data-data yang dikumpul berupa kata-kata, gambar, bukan angka-angka yang dapat diberi gambaran dalam penyajian laporan. Sedangkan tujuan untuk memberi gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih (Moleong, 2016:6).

Pendekatan penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Obyek dalam penelitian kualitatif adalah obyek yang alamiah, atau *natural setting*. Obyek yang alamiah adalah obyek yang apa adanya, tidak dimanipulasi

oleh peneliti sehingga kondisi dimana peneliti memasuki obyek, setelah berada di obyek dan setelah keluar dari obyek relatif tidak berubah (Sugiyono, 2005: 1-2)

Dasar pemikiran digunakannya penelitian deskriptif kualitatif ini adalah karena penelitian ini ingin mengetahui tentang fenomena yang ada dan dalam kondisi yang alamiah, bukan dalam kondisi terkendali, laboratoris atau eksperimen. Sesuai dengan permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu Opini Individu Followers Pada Pesan Komedi dalam Akun Twitter @bintangemon Tahun 2020, maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan data yang peneliti peroleh sebagai hasil suatu penelitian. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti akan memperoleh data secara utuh dan dapat dideskripsikan dengan jelas sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan kondisi lapangan yang ada.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Menurut Hasan (2002: 82) data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data ini akan didapat dari hasil wawancara dengan *followers* akun Twitter @bintangemon.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2002: 58). Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah dikumpulkan yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian sebelumnya, buku, dan lain sebagainya.

3. Teknik Pengambilan Informan

Penentuan sampel dalam penelitian kualitatif tidak didasarkan perhitungan statistik, melainkan sampel yang dipilih berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum, bukan untuk digeneralisasikan. Teknik yang digunakan dalam pengambilan informan ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2005: 54). Adapun Informan dalam penelitian ini adalah follower akun Twitter @bintangemon. Adapun informan penelitian ini merupakan orang-orang yang memenuhi beberapa kriteria untuk dijadikan sebagai informan. Berikut kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu :

- a. Informan menjadi *followers* @bintangemon minimal sejak Juni 2020, karena Bintang mulai cukup aktif membuat postingan mengenai masalah ini sejak bulan juni 2020, yang kemudian videonya menjadi viral dan membuatnya banyak dicari dan mengikutinya di Twitter.

- b. Informan merupakan pengguna aktif twitter (setiap hari membuka aplikasi Twitter atau membuat *tweet* atau memberikan komentar atau *like* atau *retweet* di twitter.
- c. Informan berusia 18 – 21 tahun, menurut Monks, Knoers dan Haditono (dalam Marliani, 2015 : 166) usia 18 – 21 tahun merupakan masa remaja tahap akhir Pada masa remaja ini proses pertumbuhan otak mencapai kesempurnaan, sistem saraf yang berfungsi untuk memproses informasi berkembang dengan pesat. Pada masa ini juga terjadi reorganisasi lingkaran saraf *prontal lobe* yang berfungsi dalam aktivitas kognitif tingkat tinggi, seperti kemampuan merumuskan perencanaan strategis atau kemampuan mengambil keputusan (Carol & David R dalam Desmita, 2017 : 94)
- d. Informan pernah membuat tweet yang terkait dengan postingan @bintangemon.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Umumnya cara mengumpulkan data dapat menggunakan teknik: wawancara, angket, observasi, studi pustaka dan *Focus Group Discussion* (FGD). Teknik pengumpulan data

yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan studi pustaka.

a. Wawancara

Esterberg dalam (Sugiyono, 2005: 72) mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Peneliti menggunakan wawancara mendalam, teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dan cara tanya jawab sambil bertatap muka antar pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relative lama (Noor, 2011:139). Dengan melakukan wawancara secara mendalam, peneliti ingin mendapatkan data yang lebih spesifik dan detail dari informan. Peneliti menggunakan wawancara terstruktur sebagai teknik pengumpulan data karena peneliti telah mengetahui tentang informasi yang akan diperoleh. Peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan data berupa berbagai opini kepada *followers* akun Twitter @bintangemon.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk menambah pengetahuan mengenai berbagai konsep yang akan digunakan sebagai landasan atau pedoman dalam proses penelitian. Studi pustaka dalam teknik pengumpulan data ini merupakan jenis data sekunder yang digunakan untuk mendukung proses penelitian, yaitu dengan mengumpulkan informasi yang terdapat dalam artikel surat kabar, buku-buku, maupun karya ilmiah pada penelitian sebelumnya. Tujuan dari studi pustaka ini adalah untuk mencari fakta dan mengetahui konsep metode yang digunakan (Martono, 2011:97).

Peneliti mencari dan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya melalui twitter, yaitu melalui akun twitter @bintangemon, peneliti juga mengumpulkan informasi melalui buku-buku, jurnal dan hasil penelitian terdahulu.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan & Biklen (dalam Moleong, 2008:246) analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Analisis data dalam kualitatif, dilakukan selama pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah menganalisis tanggapan responden. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melakukan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu dan data yang diperoleh dianggap kredibel. Menurut Miles dan Huberman dalam buku (Sugiyono, 2005: 91-99) Aktivitas dalam analisis data terbagi menjadi tiga, yaitu *data reduction*, *data display* dan *conclusion*.

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan pustaka, maka data yang diperoleh jumlahnya cukup banyak dan kompleks, untuk itu peneliti perlu menggunakan reduksi data untuk mencatat secara rinci dan teliti. Reduksi data berarti merangkum, memilih poin-poin penting, memusatkan perhatian pada poin-poin utama, mencari tema dan pola. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan lebih banyak data dan mencarinya bila diperlukan.

b. *Display Data* (Penyajian Data)

Setelah melakukan reduksi data, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya.

c. *Conclusion Drawing / Verification* (Kesimpulan/Verifikasi)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang disajikan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti mengumpulkan data, maka kesimpulan yang disajikan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelah sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori.

6. Uji Validitas Data

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti, maka data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Namun kebenaran realitas data menurut penelitian kualitatif tidak bersifat tunggal, tetapi jamak dan tergantung pada konstruksi manusia, dibentuk dalam diri seseorang sebagai hasil proses mental tiap individu dengan berbagai latar belakangnya (Sugiyono, 2005:117).

Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk menguji keabsahan data dengan menggunakan teknik Triangulasi data. Menurut William Wiersma (dalam Sugiyono, 2005:125-127) triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara melihat data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data tersebut dideskripsikan dan dikategorisasikan, kemudian data yang telah dianalisis oleh

peneliti menghasilkan suatu kesimpulan yang selanjutnya dimintakan kesepakatan (member *check*) dengan sumber data tersebut.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Jika peneliti memperoleh data dengan wawancara, selanjutnya peneliti melakukannya dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner.

c. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

Jenis triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber dan teknik. Dalam triangulasi sumber peneliti tidak hanya mendapat informasi dari satu sumber (informan), tetapi peneliti juga mendapat informasi lebih dari satu sumber, jadi dalam penelitian ini, peneliti mendapat informasi tidak hanya dari satu informan (*follower*). Sedangkan dalam triangulasi teknik, peneliti memperoleh data dengan melakukan wawancara kepada informan, maka selanjutnya akan dilakukan dengan studi pustaka untuk menguji kredibilitas data tersebut.