

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun 1970-an perkembangan teknologi informasi yang sangat menakjubkan terjadi. Konvergensi antara teknologi komputer dan telekomunikasi terbentuk dan melahirkan sebuah teknologi baru yang sangat dahsyat, yaitu internet. Meskipun demikian, perkembangan internet sempat surut hingga tahun 1990-an gaung internet kembali merebak. Internet menjadi populer kembali sejak tahun 1995 dan ditandai bertambahnya secara drastis domain komersial dan jaringan *World Wide Web (WWW)*.

Internet itu sendiri merupakan sebuah kumpulan global (mendunia) ribuan jaringan komputer dan jutaan komputer pribadi yang dikelola secara bebas. Internet telah memungkinkan komunikasi antar komputer dengan menggunakan *Transmission Control Protocol* atau *Internet Protocol (TCP/IP)* yang didukung media komunikasi seperti satelit dan paket radio. Jadi, jarak jangkauannya tidak terbatas.

Sampai saat ini, internet telah banyak dibahas bahkan digunakan oleh berbagai perusahaan, organisasi, bahkan perorangan. Sudah makin banyak perusahaan, organisasi, dan perseorangan tergabung dalam jaringan internet. Sehingga membangkitkan minat bagi perusahaan, organisasi atau perseorangan yang baru ingin mengenal internet bertanya-tanya. “apakah internet sebenarnya dan apa fasilitasnya?” (Octomo Dharma Sutedjo Budi Dkk. 2007 :22)

Bahkan pada perkembangannya internet sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari sebagai pola kehidupan sosial manusia. Tanpa mengenal batasan usia, jarak dan waktu. Tidak hanya menjanjikan kemudahan dalam mencari informasi tetapi juga kemudahan dalam berkomunikasi. Hal ini pada akhirnya internet menambahkan fitur-fitur yang lebih memudahkan yaitu media sosial.

Masyarakat modern saat ini hampir tidak mungkin tidak terkena paparan media. Disadari atau tidak, media dengan segala kontennya hadir menjadi bagian hidup manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, kehadiran media makin beragam dan berkembang. Awalnya komunikasi dalam media berjalan hanya searah, dalam arti penikmat media hanya bisa menikmati konten yang disajikan sumber media. Namun seiring perkembangan zaman, orang awam sebagai penikmat media tidak lagi hanya bisa menikmati konten dari media yang terpapar padanya. Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. Komunikasi bisa terjadi dimana saja, kapan saja, tanpa harus tatap muka. Jarak tak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi. Lama waktu terakhir bertemu pun juga tak lagi menjadi masalah. Teman yang telah 20 tahun tak bertemu pun bisa saling menemukan dan menjalin komunikasi lagi. Dan karena kemudahan penggunaannya, hampir bisa dikatakan, siapa saja bisa mengakses dan memanfaatkan media sosial.

Menurut Purnama Hadi (2011:116) *social media* mempunyai beberapa karakteristik khusus diantaranya :

1. Jangkauan (*reach*): daya jangkauan *social media* dari skala kecil hingga khalayak global.
2. Aksesibilitas (*accessibility*): *social media* lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau.
3. Penggunaan (*usability*): *social media* relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
4. Aktualitas (*immediacy*): *social media* dapat memancing respon khalayak lebih cepat.
5. Tetap (*permanence*): *social media* dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan.

Menurut Mayfield yang di kutip oleh Badri Muhammad (2011:133) menyebutkan saat ini ada tujuh jenis social media, namun inovasi dan perubahan terus terjadi. *Social media* yang ada saat ini :

1. Jejaring sosial seperti *facebook*, *myspace* dan *bebo*. Situs ini memungkinkan orang untuk membantu halaman web pribadi dan terhubung dengan teman-temannya untuk babagi konten komunikasi.
2. *Blog*, merupakan bentuk terbaik dari media sosial, berupa jurnal online dengan pemuatan tulisan terbaik, yaitu tulisan terbaru ada di halaman terdepan.
3. *Wikis* seperti *Wikipedia* dan ensiklopedia *onlinewebsite*. *Wikis* memperoleh siapa saja utuk mengisi atau mengedit informasi didalamnya, bertindak sebagai sebuah dokumen atau database komunal.

4. *Podcasts*. menyediakan *file-file audio* dan video dengan berlangganan melalui layanan seperti *Itunes* dari *Apple*.
5. *Forum*, area untuk diskusi *online*, seputar topik dan minat tertentu. *Forum* sudah ada sebelum media sosial dan menjadi komunitas *online* yang kuat dan populer.
6. Komunitas konten seperti *flickr* (untuk berbagi foto), *del.icio.us* (*link bookmarked*) dan *youtube* (*video*). Komunitas ini mengatur dan berbagi jenis konten tertentu.
7. *Microblogging*, situs jejaring sosial dikombinasikan *blog*, dimana sejumlah kecil konten (*update*) didistribusikan secara online dan melalui jaringan *mobile phone*, *twitter* adalah pemimpin layanan ini.

Dari definisi di atas peneliti menarik kesimpulan bahwa social media mempunyai jenis-jenis yang beraneka ragam dan mempunyai fungsi serta cara penggunaan yang berbeda-beda. Tetapi masih dengan tujuan yang sama untuk bertukar informasi dan mudah untuk diakses. Dan memiliki fasilitas cukup besar untuk berkomunikasi di belahan dunia, adanya media sosial telah melahirkan banyak media sosial yang diawali dengan *Friendster*, *Twitter*, *Facebook*, *Wechat*, *Kakaotalk*, *Line*, *Whatsapp*, *Instagram* dan masih banyak media sosial lain dengan keunggulan dan ciri khas masing-masing.

Twitter itu sendiri adalah layanan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter akan tetapi pada tanggal 07 November 2017 bertambah hingga 280 karakter yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*).

Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, *Twitter* telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di *Internet*, dan dijuluki dengan "pesan singkat dari *Internet*". Di *Twitter*, pengguna tak terdaftar hanya bisa membaca kicauan, sedangkan pengguna terdaftar bisa menulis kicauan melalui antarmuka situs web, pesan singkat (SMS), atau melalui berbagai aplikasi untuk perangkat seluler.

Dari banyaknya kalangan mahasiswa yang menggunakan *Twitter* tentu banyak pula yang menggunakannya dengan cara yang positif maupun negatif yang akibatnya pada saat ini tidak sedikit pengguna *Twitter* yang salah mempersepsikan fungsi dari *Twitter* itu sendiri. Artinya sebagian pengguna *Twitter* tidak menggunakan dengan baik, diantaranya :

1. Mahasiswa tidak memperhatikan batasan waktu saat menggunakan *Twitter*, sehingga tidak dapat memprioritaskan yang lebih penting.
2. Menimbulkan pertengkaran antara pengguna lain
3. Terbawa arus informasi negatif.

Berdasarkan masalah yang dirasakan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai persepsi mahasiswa dalam penggunaan *Twitter* ini yang hasilnya akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul sebagai berikut "Persepsi Mahasiswa dalam menggunakan Media Sosial *Twitter* (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Universitas Tujuh Belas Agustus 1945 Cirebon)."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti ingin mengetahui Persepsi Mahasiswa FISIP UNTAG Cirebon terhadap Penggunaan Media Sosial *Twitter* dalam Membangun Komunikasi.

1.3 Identifikasi Masalah

Untuk lebih dapat terarah dan tidak terjadinya kesalah pahaman ini, maka dalam penelitian ini perlu mengemukakan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah persepsi mahasiswa FISIP UNTAG Cirebon terhadap penggunaan media sosial *Twitter* dalam membangun komunikasi ?
2. Apa faktor-faktor yang mendorong mahasiswa FISIP UNTAG Cirebon dalam menggunakan media sosial *Twitter* ?
3. Apa dampak yang terjadi pada mahasiswa FISIP UNTAG Cirebon saat menggunakan sosial media *Twitter* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa FISIP UNTAG Cirebon terhadap penggunaan media sosial *Twitter* dalam membangun komunikasi.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong Mahasiswa FISIP UNTAG Cirebon dalam menggunakan media sosial *Twitter*.
3. Untuk mengetahui apa Apa dampak yang terjadi pada mahasiswa FISIP UNTAG Cirebon saat menggunakan sosial media *Twitter* ?

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu dan institusi/lembaga yang menjadi lokasi penelitian serta pihak-pihak lain yang terkait dengan masalah yang diteliti, diantaranya sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan memberikan ilmu pengetahuan serta wawasan khususnya untuk penulis dan seluruh mahasiswa dengan dilakukannya penelitian tentang Persepsi Mahasiswa dalam Penggunaan Media Sosial *Twitter*.
2. Kegunaan praktis Dalam penelitian ini diharapkan untuk :
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pemahaman bagi mahasiswa FISIP UNTAG Cirebon terhadap persepsi Media Sosial *Twitter* dalam membangun komunikasi.
 - b. Peneliti Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat.

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Komunikasi Massa

Komunikasi Massa Komunikasi massa dalam bentuk yang paling sederhana, komunikasi adalah transmisi pesan dari suatu sumber kepada penerima. Cara yang paling nyaman untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini:

1. Siapa ?
2. Berkat apa ?
3. Melalui saluran apa ?

4. Kepada siapa ?

5. Dengan efek apa ? (Stanley, 2012:05)

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu (Nina, 2011:36).

Dengan berkomunikasi kita dapat berinteraksi dengan siapa saja, kapan saja, dan dengan media apa saja. salah satu media komunikasi yang digunakan oleh masyarakat khususnya mahasiswa adalah komunikasi dengan sesama pengguna Twitter dan alat komunikasi tersebut yaitu handphone.

Definisi komunikasi maasa yang paling sederhana (dalam Nurudin,2017:3), yakni :

“Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media of mass communication (media komunikasi massa). Media massa apa? Media massa (atau saluran) yang dihasilkan oleh teknologi modern. Hal ini perlu ditekankan sebab ada medua yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-lain. Jadi disini jelas media massa menunjukan pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi”.

Dalam hal ini kita juga perlu membedakan massa dalam arti "umum" dengan massa dalam arti komunikasi massa.

Media komunikasi yang termasuk media massa adalah: radio siaran dan televisi. keduanya dikenal sebagai media elektronik: surat kabar dan majalah, keduanya disebut sebagai media cetak: serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop (Ardianto et.al, 2007:3).

1.6.2 Fungsi Komunikasi Massa

Di samping memiliki ciri-ciri khusus, komunikasi massa juga memiliki fungsi. Sebagai fungsi komunikasi massa menurut Alexis S. Tan yang bisa dilihat dari ciri komunikator dan audience-nya (dalam Nurudin, 2017: 64-65) adalah :

1. *Member informasi*, Mempelajari ancaman dan peluang, memahami lingkungan, menguji kenyataan, meraih keputusan.
2. *Mendidik*, Memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berguna memfungsikan dirinya secara efektif dalam cocok agar diterima dalam masyarakatnya, mempelajari nilai, tingkah laku yang cocok agar diterima dalam masyarakatnya.
3. *Mempersuasi*, Memberi keputusan, mengadopsi nilai, tingkah laku, dan aturan yang cocok agar diterima dalam masyarakatnya.
4. *Menyenangkan*, memuaskan kebutuhan komunikasi, Menggembirakan, mengendorkan urat saraf, menghibur, dan mengalihkan perhatian dari masalah yang dihadapi.

Sejalan dengan tingkat perkembangan masyarakat dan teknologi komunikasi, fungsi komunikasi massa di atas sudah terbilang usang, untuk

tidak mengatakan sudah ketinggalan zaman. Dalam perspektif kritis, fungsi komunikasi massa bisa ditambah sebagai berikut; 1) melawan kekuasaan dan kekuatan represif, 2) menggugat hubungan trikotomi antara pemerintah, pers, dan masyarakat.

1.6.3 Teknologi Komunikasi Modern

Setiap kemajuan utama dalam teknologi komunikasi yang besar telah mempengaruhi kebudayaan. seperti mesin cetak yang telah mengubah budaya Eropa Barat. Kini, kendati masih menjadi perdebatan para ahli. televisi dan komputer mempunyai dampak yang sama seperti keajaiban Guttenberg. Munculnya majalah, surat kabar, film. radio. televisi, dan internet telah menciptakan budaya berbeda.

Surat kabar dan majalah berpangsa pasar besar. sedangkan Film dan radio membantu menyatukan negeri yang *pluralistic* dan *multietnik*. Melalui jaringan Komputer. seseorang dapat berkomunikasi secara instan dengan satu orang atau 10 juta orang. Orang mencari dan memperoleh kembali informasi dan perpustakaan bergengsi di dunia, surat kabar dan database tanpa meninggalkan rumah mereka (Ardianto *et.al*, 2007:214).

Teknologi komunikasi modern sangat membantu orang untuk berkomunikasi karena teknologi ini berbasis internet. Internet dapat dijangkau untuk kalangan masyarakat khususnya mahasiswa. Mahasiswa dapat mencari dan memperoleh berbagai infomasi dengan praktis tanpa harus meninggalkan rumah dan dapat memperoleh informasi kapan saja. Seiring perkembangan teknologi. mahasiswa pun mengikuti

perkembangan tersebut. Salah satu teknologi komunikasi modern saat ini adalah *Twitter*.

1.6.4 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, *jejaring sosial*, *wiki*, *forum* dan dunia *virtual*. *Blog*, *jejaring sosial* dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideology dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan komunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *Facebook*, *Path*, *Instagram*, *myspace* dan *twitter*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan *internet*. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan member kontribusi dan *feedback* / umpan balik secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses *facebook* atau

twitter misalnya, bisa dilakukan dimana saja. Karena kecepatan media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita. Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang bisa memiliki media sendiri. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan sosial media dan jejaring *internet*. Kita sebagai pengguna sosial media dengan bebas mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis dan berbagai model content lainnya.

1.6.5 Twitter

Pengertian dari *Twitter* menurut para ahli adalah merupakan situs sosmed berbasis microblogging yang memungkinkan pengguna untuk memposting tulisan pendek yang dikenal istilah “tweet”. Para pengguna dapat membuat tweet lalu mem-follow atau mengikuti tweet pengguna lain dengan dukungan aplikasi beragam platform dan perangkat. *Tweet* dan pesan balasan bisa ditulis via desktop dan ponsel. Twitter adalah situs media sosial untuk berita, hiburan, olahraga, politik, dan banyak lagi. Apa yang membuat Twitter berbeda dari kebanyakan situs media sosial lainnya adalah ia memiliki penekanan kuat pada informasi waktu nyata – hal-hal yang terjadi saat ini.

Untuk membuat sebuah kabar menjadi viral atau *trending topic*, pengguna dapat memberi tanda hashtag di depan kata kunci yang

diinginkan seperti #cantik. Hashtag secara otomatis bertindak sebagai meta tag.

Uniknya, *tweet* itu bersifat permanen, umum dan mudah dilacak via mesin pencari. Hebatnya lagi, *tweet* dapat dicari langsung via twitter meski bukan anggota sekalipun. Salah satu syarat membuat media sosial seperti facebook dan twitter adalah memiliki email dan no ponsel aktif untuk verifikasi kepemilikan akun.

Twitter juga memiliki lima fitur utama yang disediakan, diantaranya :

1. *Fitur replay*, *Fitur reply* ini bisa kamu gunakan untuk membalas *tweet* yang di share oleh teman kamu. Kita bisa memulai percakapan/membalas *tweet* dengan menekan tombol *reply* di bawah *tweet* teman kita. Saat kita melakukan *Reply* pada *tweet* maka *reply* kita tersebut akan tampil pada *timeline* atau halaman home twitter kita. Salah satu cara unik di twitter adalah kita harus “mention” user yang kita *reply* agar masuk di notifikasi mereka. Tombol mention ini diwakili dengan huruf “at” yaitu @.
2. *Fitur Retweet (Ngeshare Tweet User Lain)*, *Fitur retweet* ini bisa kita gunakan untuk meneruskan atau menyebarkan *tweet* orang lain ke halaman *timeline* kita. Disini kita juga dapat membubuhinya dengan beberapa komentar yang ingin kita tambahkan. Nantinya *tweet* yang telah kita *retweet* tersebut akan dapat di lihat oleh follower kita melalui *timeline* mereka. *Retweet* ini pada umumnya ada dua tipe, yaitu kita

dengan mode langsung *retweet* user lain, yaitu tinggal klik icon tersebut.

3. *Fitur like tweet*, Fitur like ini sangat berguna ketika kamu ingin menyimpan suatu tweet yang menurut kamu bagus. Untuk melakukannya pun sangat mudah, cukup tekan simbol love di bawah tweet, maka tweet tersebut akan tersimpan di dalam menu Like seperti yang terlihat di gambar. Fitur ini dulu namanya “favorited” dengan icon bintang. Alasan diganti dengan nama like mungkin karena istilah like dan tombol love itu sudah menjadi sebuah trend dan icon bagi pengguna sosial media untuk menunjukkan ketertarikan akan sebuah topik. Kalau di facebook fitur ini dinamakan “like”, kalau di instagram “fav”, kalau di google plus adalah “plus 1”. Intinya sama, untuk menunjukkan bahwa kita menyukai postingan tersebut.
4. *Fitur following (mengikuti)*, Fitur following ini memungkinkan kamu untuk mengikuti orang lain dan otomatis akan menjadi follower orang lain tersebut. Dengan melakukan following ini maka tweet orang yang kita follow akan selalu tampil di timeline kita. Kalau di facebook kita mengenal pertemanan / *friendlist*, kalau di twitter sedikit berbeda. Hal ini juga berlaku di instagram dan google plus. Kalau di twitter itu ada yang namanya following, artinya jika kita menyukai user twitter tertentu kita bisa “ngefollow” akun tersebut. Al hasil tweet orang yang kita follow itu akan keluar di beranda twitter kita.

5. *Fitur follower (pengikut)*, fitur follower ini kebalikan dari following.

Bila following adalah kita mengikuti orang lain, maka follower ini adalah orang lain yang mengikuti kita. fitur follower ini kebalikan dari following. Bila following adalah kita mengikuti orang lain, maka follower ini adalah orang lain yang mengikuti kita.

1.6.6 Persepsi

Persepsi adalah inti komunikasi. sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi. yang identik dengan penyandian balik (decoding). Persepsi mencakup penginderaan (sensasi) melalui alat-alat/ panca indra (mata, telinga, hidung, kulit, dan lidah), atensi, dan interpretasi. (Riswandi.2009:49).

1. SENSASI

Merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak melalui alat-alat panca indra manusia. Panca indra adalah reseptor yang berfungsi sebagai penghubung antara otak manusia dengan lingkungan sekitar.

2. ATENSI

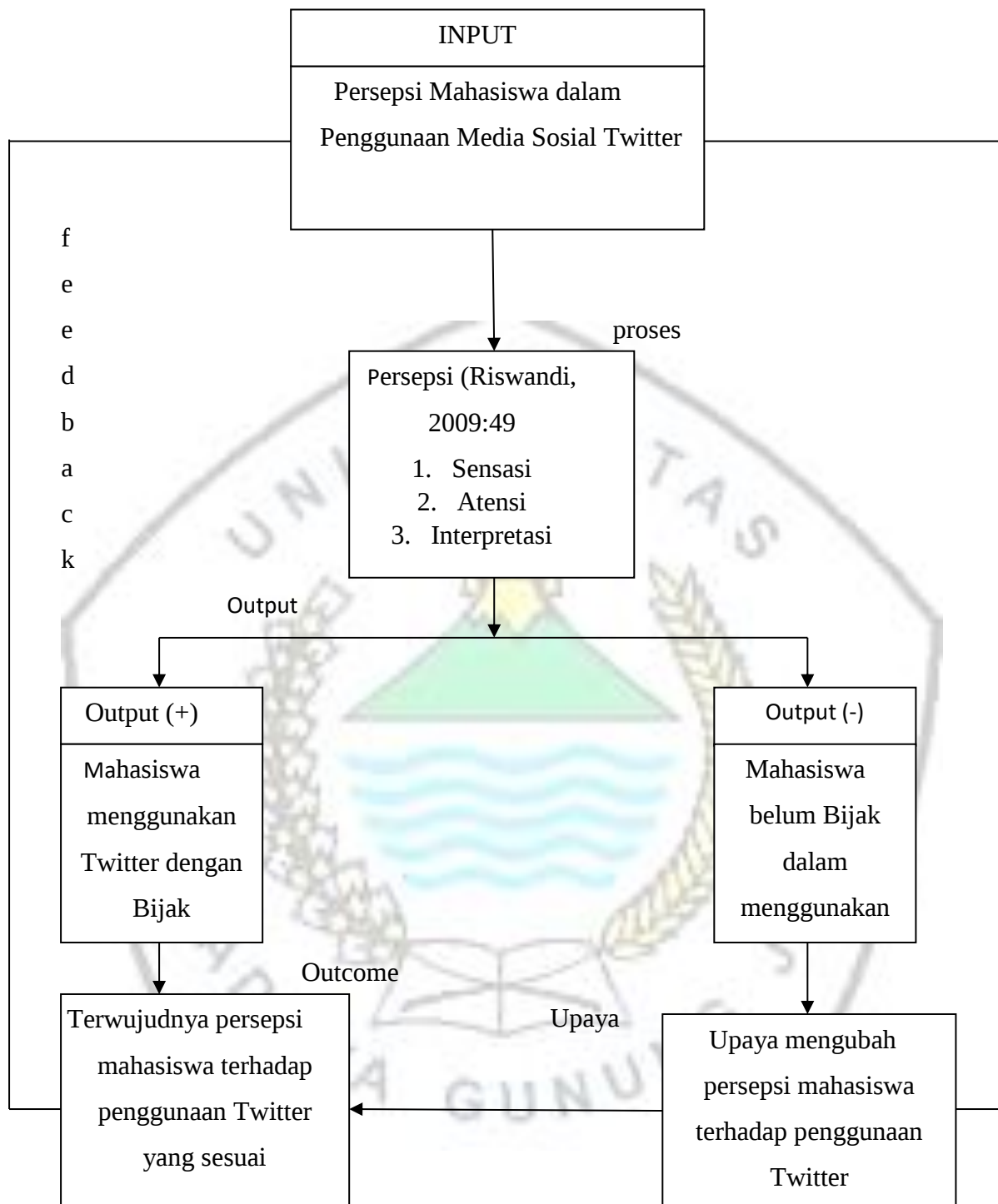
Atau perhatian berarti sebelum manusia merespons atau menafsirkan objek atau kejadian atau rangsangan apapun, manusia atau kita terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Jadi persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi. termasuk orang lain atau diri sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan yang menarik perhatian cenderung dianggap lebih penting dari pada yang tidak menarik perhatian. Rangsangan seperti ini biasanya

menjadi penyebab kejadian-kejadian berikutnya. Itulah sebabnya orang yang paling kita perhatikan cenderung dianggap orang yang paling berpengaruh. Dengan perkataan lain, kita akan memperhatikan apa yang kita anggap bermakna bagi kita, dan kita tidak akan memperhatikan apa yang tidak bermakna bagi kita.

3. INTERPRETSI

Adalah tahap terpenting dari persepsi. yaitu menafsirkan atau memberi makna atas informasi yang sampai kepada kita melalui panca indra. (Riswandi. 2009:50)

Persepsi terdiri dari tiga aktivitas. yaitu : seleksi, organisasi dan interpretasi. Yang dimaksud seleksi sebenarnya mencakup sensasi dan atensi. sedangkan organisasi melekat pada interpretasi. yang dapat didefinisikan sebagai “meletakan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan bermakna.” Sebenarnya kita sulit membedakan sensasi dengan persepsi Misalnya. apa yang terjadi ketika anda membawa bunga mawar? Apakah anda terlebih dulu merasakan sensasi fisiologis (bau) dan kemudian persepsi psikologis (aroma menyenangkan yang berkaitan dengan bunga mawar) ? kedua hal itu terjadi secara serempak. Sebenarnya, ketiga tahap persepsi (sensasi, atensi dan interpretasi, atau seleksi, organisasi dan interpretasi) tidak dapat dibedakan secara tegas, kapan satu tahap berakhir dan kapan tahap berikutnya mulai. Dalam banyak kasus ketiga tahap tersebut berlangsung serempak (Mulyana,2007:181).



Gambar 1.
Kerangka Pemikiran

1.7 Definisi dan Operasionalisasi Konsep Penelitian

1.7.1 Definisi Konsep Penelitian

1. Komunikasi Massa adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu
2. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideology dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”.
3. Pengertian dari *Twitter* menurut para ahli adalah merupakan situs sosmed berbasis microblogging yang memungkinkan pengguna untuk memposting tulisan pendek yang dikenal istilah “tweet”. Para pengguna dapat membuat tweet lalu mem-follow atau mengikuti tweet pengguna lain dengan dukungan aplikasi beragam platform dan perangkat. Tweet dan pesan balasan bisa ditulis via desktop dan ponsel.
4. Persepsi, Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna. Persepsi meliputi semua sinyal dalam system saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisisik atau kimia dari organ pengindra. Seperti misalnya penglihatan yang merupakan cahaya yang mengenai retina pada mata, pencium yang memakai suara. Persepsi bukanlah

penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian. Persepsi bergantung pada fungsi kompleks system saraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi diluar kesadaran.

1.7.2 Operasional Konsep Penelitian

Tabel 1
Operasional Konsep Penelitian

KONSEP	DIMENSI	PARAMETER
Persepsi (Riswandi,2009:49)	1. Sensasi	a. Stimuli yang muncul dalam menggunakan Twitter b. Konten yang diperoleh dari panca indera terhadap pengguna Twitter
	2. Atensi	a. Perhatian pada obyek yang bermakna b. Motif mahasiswa menggunakan Twitter c. Ketertarikan mahasiswa menggunakan Twitter secara bijak
	3. Interpretasi	a. Pemaknaan persepsi mahasiswa dalam menggunakan Twitter b. Sikap terhadap Tiwtter

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Metode penelitian yang digunakan

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif menurut rahmat (2005: 24-26), penelitian deskriptif ditujukan untuk :

- a. Mengumpulkan informasi secara aktual dan terperinci
- b. Mengidentifikasi masalah
- c. Membuat perbandingan atau evaluasi
- d. Menemukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretative (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya. Denzin dan Lincoln (dalam Mulyana dan Solatun 2007:5) peneliti kualitatif lazim menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiahnya, berusaha memahami, menafsirkan, fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan kepada hal-hal tersebut.

1.8.2 Informan dan teknik pemilihan informan

Informan adalah orang yang berada dan terkait pada lingkup penelitian. artinya orang yang dapat memberikan informasi tentang

situasi dan kondisi latar penelitian kepada peneliti. Adapun informan tersebut adalah :

Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Tujuh Belas Agustus (UNTAG) Cirebon, karena hanya beberapa mahasiswa yang menggunakan twitter, maka peneliti tertarik untuk meneliti Mahasiswa/mahasiswi Untag.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam metode penelitian sebagai berikut :

1. Riset Kepustakaan (Library research)

Riset kepustakaan menurut Supranto, yaitu untuk mengumpulkan data-data dan teori dalam penelitian ini maka peneliti mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan. (Ruslan, 2008:31).

2. Observasi

Observasi menurut Weick (dalam Rakhmat, 2005:83) observasi sebagai “pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organism in situ, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris”. Pemilihan menunjukkan bahwa pengamat ilmiah mengedit dan memfokuskan pengamatnya secara sengaja atau tidak sengaja. Pengubahan berarti observasi tidak hanya dilakukan secara pasif. Pencatatannya adalah upaya merekam kejadian-kejadian dengan menggunakan catatan lapangan, sistem

kategori, dan metode-metodelainnya. Pengodean berarti proses menyederhanakan catatan-catatan ini melalui metode reduksi data.

Observasi ini akan digunakan untuk mengamati secara langsung tentang interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi antara siswa sebagai informan dengan peneliti. Data yang akan dikumpulkan dalam dua bentuk yaitu interaksi dan percakapan. Artinya selain perilaku verbal juga perilaku non verbal dari informan. Observasi ini juga untuk mengamati argumen-argumen mahasiswa tentang, persepsi menggunakan Twitter.

3. Wawancara Mendalam (Depth Interview)

Wawancara mendalam adalah metode penelitian dimana peneliti melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informan yang lengkap dan detail dari informan. Pada wawancara mendalam peneliti tidak mempunyai kontrol terhadap respon informan, artinya informan bebas memberikan jawaban. (Kriyantono.2002:93). Pedoman dalam wawancara biasanya tidak berisi pertanyaan-pertanyaan yang mendetail, tetapi sekedar garis besar tentang data dan informasi yang ingin diperoleh dari informan, dan lebih efektif menggunakan Bahasa yang informal. agar terjalin hubungan dengan informan, dan lebih efektif menggunakan Bahasa yang informal. agar terjalin hubungan dengan informan.

Wawancara mendalam diakhiri bila data yang diperoleh sudah mencukupi untuk menjawab tujuan penelitian, atau bila "data jenuh". karena tidak ada sesuatu yang baru lagi yang harus diungkap. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan Mahasiswa Universitas Tjuh Belas Agustus Cirebon.

4. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:240), dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang.

5. Teknik Pengujian Keabsahan Data

Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi menurut Moleong (2010: 330) yaitu teknik memeriksa keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data yang untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan/pengecekan keabsahan data dengan membandingkan berbagai data yang diperoleh dengan cara check, recheck, dan cross check terhadap data itu.

Triangulasi dapat dilakukan berbagai cara :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan lapangan dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan orangnya secara pribadi

- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen saling berkaitan

Penelitian kualitatif, berikut data yang diterima absah/akurat jika memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Ada kesamaan data dari hasil wawancara dengan informan data yang dinyatakan akurat jika untuk pertanyaan yang sama diperoleh. Data atau jawaban yang sama dari informan. Jika jawaban informan berbeda, maka data itu belum akurat peneliti harus melakukan triangulasi lagi dengan cara check recheck dan cross check sampai diperoleh data atau informasi yang sama
2. Ada kesamaan data antara hasil wawancara dengan hasil pengamatan. Jika data hasil wawancara dengan hasil pengamatan tidak sama, maka data itu tidak absah atau akurat. Peneliti baru melakukan triangulasi lagi dengan cara check recheck dan cross check sampai diperoleh data atau informasi yang sama.

1.8.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik analisa kualitatif, peneliti menganalisis data dengan cara menjelaskan dengan bentuk yang logis. Menurut Sugiyono (2012:244). teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model analisis seperti yang telah diberikan oleh Miles dan Huberman (Sugiyono. 2012:246), yaitu :

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Karena semakin lama peneliti kelapangan akan semakin banyak jumlah datanya, kompleks dan rumit. Data yang telah direduksiakan memberikan gambaran yang jelas untuk peneliti. sehingga mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah berikutnya adalah penyajian data. Data yang disajikan oleh peneliti dilakukan dalam bentuk uraian singkat dari hasil wawancara yang dilakukan tabel, hubungan antar kategori yang disesuaikan dengan reduksi yang telah ditentukan. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2012:249) menyatakan : *"The next request form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text"* artinya : yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Penyajian data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami tersebut.

3. Verifikasi Data dan Menarik Kesimpulan

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun bila kesimpulan memang telah didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (dapat dipercaya). Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak. karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan

baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

1.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.9.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang diambil dalam penelitian dengan judul “Persepsi Mahasiswa dalam penggunaan media sosial Twitter (Studi deskriptif kualitatif pada Mahasiswa Universitas Tujuh Belas Agustus Cirebon) adalah di kampus Universitas Tujuh Belas Agustus Cirebon Jalan Perjuangan No.17 Cirebon – Jawa Barat.

1.9.2 Jadwal Penelitian

Penelitian akan dilakukan selama satu bulan April 2020. Diawali dengan melakukan tahap persiapan literature, pengamatan. Tahap pelaksanaan seperti bimbingan dan pembuatan proposal, seminar proposal, penelitian samapai dengan sidang skripsi.

