

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media komunikasi digunakan manusia untuk mempermudah proses komunikasi yang dilakukan. Perkembangan teknologi dan komunikasi menghasilkan pula perkembangan media komunikasi yang digunakan manusia untuk berkomunikasi terutama dalam penyampaian pesan dan informasi. Internet merupakan salah satu hasil perkembangan teknologi media komunikasi yang mengubah dan mengembangkan media konvensional menjadi media online. Dalam proses interaksi dan komunikasi internet menyediakan beberapa situs yang dapat digunakan sebagai media sosial atau media jejaring sosial berupa media online seperti salah satunya *twitter* yang menyediakan layanan komunikasi *online*.

Penggunaan *twitter* dinilai lebih mudah karena tampilannya yang sederhana, hanya ada satu halaman utama menyajikan menu-menu utama dalam *twitter*. Sangat berbeda dengan *facebook*, atau jejaring sosial lainnya terkesan menyulitkan dalam berkirim pesan, karena harus melihat profil dari yang dituju terlebih dahulu. Simpel disini juga berarti pemakaian tulisan 140 karakter atau kicauan (*tweets*) yang dinilai efektif dan efisien dalam berkirim pesan, tidak bertele-tele dan tepat sasaran. Status dan pesan kepada orang lain berada dalam satu kontrol. Bila tanpa mention maka otomatis menjadi “status”, apabila diberi mention (@username) maka otomatis menjadi pesan yang dapat dibaca oleh penerima. Kicauan (*tweets*) bisa dilihat secara luar, namun pengirim hanya dapat mengirim kicauan (*tweets*) ke daftar pengikut (*followers*) mereka saja.

Berdasarkan sumber yang dikutip dari *Kompas.com* pengguna aktif harian *Facebook* mencapai 1 miliar per November 2015 lalu, sedangkan pengguna *Twitter* hanya mencapai 307 juta pada kuartal ketiga 2015 artinya pengguna *Facebook* jauh lebih tinggi dari layanan berlogo burung biru. Namun, jumlah pengguna ternyata tak berbanding lurus dengan pengaruh yang ditimbulkan.

Menurut pakar *software* Scot Hacker dan *Digital Deputy Editor New York Times* Ashwin Seshagiri dalam sebuah kolom bertajuk “*Twitter For Journalists*” di sebuah situs resmi *Advance Media Institution University of Berkeley, AS*, yang dihimpun oleh *KompasTekno*, *twitter* lebih mumpuni kala dimanfaatkan untuk menggaungkan isu atau membuat sesuatu menjadi *viral* di internet. Hal itu tak terlepas dari karakter *twitter* yang bertumpu pada “*interest graph*”. Maksudnya, hubungan antar pengguna *twitter* terjalin berdasarkan kesamaan hobi atau ketertarikan. Pengguna *twitter* mengikuti akun-akun yang menyediakan informasi berharga sesuai hobi dan ketertarikan mereka. Terlepas mereka pernah bertemu atau tidak. Sedangkan *Facebook* lebih menitikberatkan “*social graph*” yaitu hubungan yang terjalin diantara pengguna *Facebook* berbasis hubungan kekerabatan. (www.tekno.kompas.com/read/2015)

Di *Twitter*, ada istilah “selebtwit” atau kepanjangan dari “selebriti *twitter*”. Mereka tersebar keberbagai sektor minat. Ada yang fokus pada isu politik, teknologi, fashion, hingga kegalauan remaja. Disebut “selebtwit” karena akun mereka diikuti ribuan hingga jutaan followers yang menganggap mereka kredibel dan ahli dalam satu topik tertentu. Seringkali, isu yang dikicaukan para selebtwit cepat menjadi *viral*. Jika dibandingkan dengan *Facebook*, jarang ada terminology

“selebritas facebook”. Sebab, dari karakternya hubungan antar pengguna Facebook lebih setara dan berbasis “saling kenal”.

Di dukung oleh fitur “RT” *Twitter* yang mengakomodir penyebaran berita cepat dengan tampilan informasi lebih simple. Berbeda dengan fitur “share” Facebook yang tampilannya dianggap kurang “breaking” dan “real-time”. Karena efek amplifikasi ini, *Twitter* memiliki kedekatan yang tak dimiliki Facebook. Banyak berita besar yang pertama kali tersebar via Twitter. Untuk banyak peristiwa dan krisis tak ada yang mengalahkan efektivitas real-time *twitter*. (www.tekno.kompas.com/read/2015)

Terhubungnya para artis, politisi dan tokoh lain dalam *twitter* tak pelak menimbulkan dorongan baru bagi para *onliners* untuk membuat *account twitter* hal tersebut tidak terlepas dari suara *trendsetter* yang ada pada diri tokoh tersebut, sehingga para penggemar membuat *account twitter* tersebut untuk dapat mengetahui keseharian dan kegiatan dari sang idola. Terutama dikalangan remaja dan dewasa sekalipun hal ini bisa dikatakan sebuah trend untuk “eksis” yang mereka ikuti agar tidak ketinggalan informasi dan teknologi yang tentunya semakin berkembang. Dengan adanya para pengguna yang mengakses *twitter* tersebut, maka hal inilah yang menarik untuk diteliti. Peneliti merasa perlu untuk mengetahui hubungan penggunaan media sosial *twitter* dengan eksistensi diri dikalangan mahasiswa.

Peneliti memilih *twitter* sebagai objek penelitian karena *twitter* merupakan salah satu media sosial yang digunakan orang dan anak muda yang menjadi pengguna disini untuk mencari teman-teman baru maupun teman-teman lama, dan karena peneliti juga memiliki *account twitter* yang memfollow (mengikuti) dan

cukup banyak mahasiswa Ilmu Komunikasi USNI Angkatan 2012 yang menjadi *followers* (pengikut) *account twitter* peneliti maka peneliti merasa ingin mengetahui ada tidaknya hubungan penggunaan media sosial twitter dengan eksistensi diri mahasiswa tersebut yang menggunakan twitter. Media sosial *twitter* bisa dijadikan alat untuk mengumumkan kabar terbaru dan posting blog terbaru dari pengguna agar diketahui dunia luar. *Twitter* juga memudahkan kolaborasi internal dan komunikasi dalam sebuah kelompok. Karena itulah keberadaan *twitter* kini telah menjadi gaya hidup kebanyakan orang dan sebagai tanda wujud eksistensi diri seseorang akan hadirnya teknologi internet dengan media jejaring sosial twitter ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang di atas, pokok permasalahan yang akan diteliti melalui penelitian ini adalah : “Apakah terdapat hubungan antara penggunaan media sosial twitter dengan eksistensi diri Mahasiswa?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Ada tidaknya hubungan antara penggunaan media sosial twitter dengan eksistensi diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi USNI Angkatan 2012”.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian ilmu komunikasi berkaitan dengan penggunaan dan memperluas pengetahuan penulis dalam hal media sosial khususnya twitter sebagai salah satu media komunikasi (*online*).
- b) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian mengenai media sosial secara mendalam dan dapat digunakan sebagai bahan acuan teori-teori komunikasi dan menjadi refrensi penelitian lain yang sejenis.

2. Kegunaan Praktis

- a) Bagi khalayak, khususnya juga pengguna media sosial dapat memberi pengetahuan dalam menggunakan atau mengelola media sosial twitter sehingga dapat mengekspresikan dan bereksistensi diri di dunia maya.
- c) Bagi pengelola konten aplikasi yang ada di media sosial agar dapat meningkatkan kualitas, keefektifan, dan keamanan situs aplikasinya sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi para penggunanya.