

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

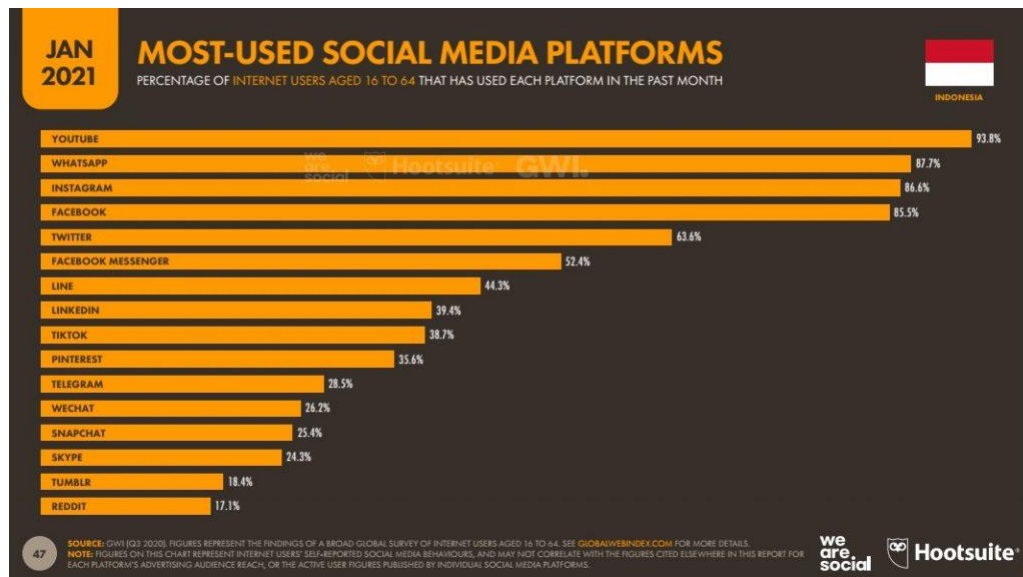
Penggunaan internet di Indonesia seiring berjalannya waktu semakin menunjukkan pertumbuhan yang tinggi pada era digital ini. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Internet merupakan jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit yang berinternet dan melakukan hubungan melalui jaringan internet. Jaringan internet sering digunakan untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, mendapatkan berita, sebagai wadah transaksi jual-beli, dan sebagai sarana mencari hiburan (Simon, 2020). Penggunaan internet memudahkan masyarakat Indonesia dalam mendapatkan informasi dan berkomunikasi dari seluruh dunia yang tak terbatas jarak, waktu dan ruang. Data dari *We Are Social* dan *Hootsuite* Indonesia melalui detik.com per bulan Januari menyatakan sebanyak 175,4 juta jiwa masyarakat Indonesia aktif menggunakan internet dari total 257,1 juta jiwa dengan presentasi 64 persen penduduk Republik Indonesia sudah menggunakan dan mengakses internet (Haryanto, 2020) (Sumber <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> diakses pada 5 September 2020 pukul 2.42 WIB)

Perkembangan teknologi internet telah membawa pengaruh positif terhadap kehidupan masyarakat di Indonesia. Khususnya pada era berkembangnya teknologi ini internet tidak hanya digunakan pada perangkat komputer untuk mengakses *google* atau *opera mini* yang merupakan basis *website* yang banyak diakses dalam mencari dan mendapatkan informasi di mana saja dan kapanpun (Anshor, 2018:90). Internet merupakan artefak kebudayaan (*cultural artefact*) memberikan pemahaman bahwa kata internet bisa dikatakan sebagai seperangkat program komputer yang memungkinkan para penggunanya untuk berinteraksi, memunculkan berbagai macam bentuk komunikasi, dan bertukar informasi (Nasrullah, 2015:79)

Penggunaan internet sangat banyak mendatangkan manfaat dalam berbagai aspek salah satunya dalam dunia pendidikan, salah satunya yaitu sebagai referensi bahan ajar dimana hal ini sangat menguntungkan bagi para pelaku pendidikan karena lebih mudah, efisien dan menghemat waktu, selain itu di karenakan pada era digital kini mengharuskan setiap masyarakatnya melek terhadap teknologi internet, karena berkembangnya zaman dan teknologi dapat membangun masyarakat yang berkualitas dan terstruktur. Selain itu internet juga membawa pada berjalannya komunikasi secara mudah dan efisien tanpa harus saling berinteraksi secara langsung atau tatap muka. Komunikasi bersifat transaksional, yang menuntut pada dua tindakan yaitu *memberi* dan *menerima*. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang dan porsional (Rezi, 2018:1)

Hootsuite dan *We are social* mengunggah data penggunaan internet yang ada di Indonesia pada Januari 2021, dengan persentase 73,7 persen dari jumlah populasi di Indonesia yaitu 202,5 juta masyarakat Indonesia merupakan pengguna aktif internet dan 170 juta pengguna media sosial aktif pada tahun 2021 selain itu fakta dari data diatas masyarakat Indonesia menghabiskan setiap harinya selama 8 jam untuk berselancar di internet atau dunia maya. Dengan adanya data penggunaan internet masyarakat Indonesia menunjukkan tingkat konsumsi terhadap dunia maya yang sangat besar. Dengan berkembangnya teknologi internet pula kini banyak media baru bermunculan yang berbasis internet salah satunya yaitu media sosial. Media sosial terdiri atas tiga bagian, yakni: Infrastruktur informasi, alat yang digunakan untuk memproduksi serta mendistribusikan isi media kepada khalayak (Howard & Parks, 2012:64). Isi media bisa dalam bentuk pesan-pesan pribadi, berita, gagasan dan produk-produk budaya yang terbentuk digital. Media sosial menggambarkan serangkaian komunikasi berbasis jaringan dan spesifik platform internet (Flew, 2007:55). Media sosial telah memudahkan mendapatkan koneksi baru sesama penggunanya sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi, organisasi dan mobilisasi pada public (Meikle, 2016:7). Dengan perkembangan zaman semua hal yang berkaitan dengan kehidupan selalu diproduksi melalui media sosial (Sany & Baiturahman, 2016).

Media sosial saat ini sudah seperti salah satu gaya hidup, di mana hampir seluruh penduduk Indonesia memiliki media sosial sebagai sarana penyampaian dan mendapatkan informasi serta komunikasi yang merikat dan tidak bisa dipisahkan penggunaannya bagi seluruh kalangan dan usia khususnya pada remaja, yang dalam kehidupan sehari-hari terbiasa menggunakan media sosial sebagai media komunikasi dengan teman sebaya dan mendapatkan informasi di media sosial khususnya *twitter*. Sehingga dalam penggunaan media sosial tercipta sebuah pola komunikasi yang bersumber dari masing-masing individu penggunaannya.



Gambar 1.1 Data Platform Media Sosial Paling Sering Digunakan 2021

(Sumber: www.Hootsuite.com 2021)

Hootsuite dan *We are social* Indonesia mengunggah data 10 platform media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia tahun 2021, dalam data tersebut Youtube mendapatkan peringkat 1 dengan persentase sebanyak 93,8%, posisi kedua ada Whatsapp dengan presentase 87,3%, pada posisi ketiga terdapat Instagram dengan presentase 86,6%, diposisi keempat media sosial yang paling sering digunakan ialah facebook dengan presentase 85,5%, dan *twitter* berada pada peringkat 5 media sosial yang banyak digunakan dengan persentase 63,6%. Dengan masuknya *twitter* ke dalam lima besar media sosial pengguna terbanyak di Indonesia menjadikan sebuah fakta bahwa

masyarakat Indonesia hingga kini masih menggunakan platform media sosial yang muncul sejak 2006 ini, dengan begitu menunjukkan eksistensi twitter tetap bertahan keberadaannya sebagai media sosial, sesuai dengan data yang tercantum pada *hootsuite* diatas. Media sosial *twitter* menjadi salah satu media sosial yang sedang ramai digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2019, Dwi Adriansah yang merupakan *Country Industry Head Twitter* Indonesia menyebutkan *twitter* saat ini didominasi oleh generasi Z yaitu anak SMA dan mahasiswa sebagai pengguna aktifnya yang rata-rata sudah menggunakan twitter dahulunya dan kini kembali menggunakannya lagi. Sehingga *twitter* mengalami peningkatan yang pesat sebanyak 21% pada pengguna harian. Indonesia masuk ke dalam pengguna *twitter* harian terbanyak sejak 2019. (Dikutip dari https://inet.detik.com/mobile-apps/d-4905885/tahun-2019-twitter-kembali-jaya-di-indonesia?_ga=2.220484248.1612508293.1583442594-386663131.1564137475 diakses pada 5 Maret 2020 pada pukul 3.42 WIB).

Kecepatan dan keterbukaan *twitter* sebagai salah satu media sosial dalam mendistribusikan berita menjadi daya tarik untuk mencari dan memperoleh informasi. Selain itu kelebihan *twitter* dibanding dengan media sosial lainnya ada pada jangkauannya yang luas, tidak hanya teman, tetapi juga bisa menjangkau publik figur, potensi periklanan dan promosi pada media sosial di masa mendatang lebih besar, komunikasi dapat terjadi sangat cepat (*update*), *multilink* (terhubung dengan banyak jaringan) dan lebih terukur dari *facebook*. *Twitter* membantu penyebaran informasi secara lebih cepat yang kemudian akan menjadi sebuah topik dan menjadi sebuah trending topik pada twitter (Putra, 2014: 33). Media sosial twitter juga dikaitkan sebagai media komunikasi massa yang berkonvergensi media hibrida yaitu media dengan berbasis teknologi, mengkombinasikan kekayaan fungsional media massa dan komunikasi inter personal sehingga secara potensial dapat menjangkau khalayak lintas ruang dan waktu, tetapi pada waktu yang sama didukung suatu level interaktivitas yang lebih tinggi dibanding media konvensional. Media hibrida ini adalah sebagai salah satu cara baru dan lebih efektif dalam melakukan sebuah komunikasi massa

Tidak hanya menggunakan konten cuitan atau *tweets* pribadi sebagai media informasi dan komunikasi, tetapi juga melalui *autobase* atau sebuah akun yang

menyediakan tempat untuk mencari dan mendapatkan informasi serta berdiskusi dengan topik dan latar belakang yang sama yang menyatukan semua penggunanya (*followers*). Sedangkan untuk menciptakan sebuah diskusi atau informasi pengguna twitter atau *followers* sebuah *autobase* harus mengirimkan *mention confess (menfess)* yang dikirim oleh seorang anonim melalui *direct message* yang nantinya akan dikirim oleh bot *autobase* tersebut dan muncul pada *timeline* yang kemudian dapat direspon oleh *followers*. (Dikutip dari <https://kreativv.com/game-teknologi/perkembangan-auto-menfess/> diakses pada 7 Maret 2021 pukul 11.00 WIB).

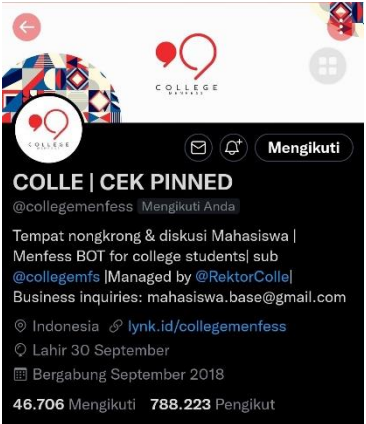
Autobase tidak bisa digunakan secara sembarang, karena setiap *autobase* memiliki aturan yang dipakai dan dijadikan sebuah acuan dalam mengirim *menfess*, pengirim *menfess* harus mendapatkan *folllback* terlebih dahulu dari admin pembuat *autobase* tersebut dimana admin tersebut membuka sesi *folllback* secara ketat yang menurut mereka sesuai persyaratan dan kriteria yang pas dengan visi misi *autobase* tersebut. Pengirim *menfess* bersifat anonim atau tidak diberitahu keberadaan serta identitas pengirimnya dari hal itulah semua pengguna twitter bisa menyuarakan, mencari, dan menyikapi sebuah informasi yang mereka ketahui dan dapatkan secara bebas, karena dalam *autobase* semua pengguna dapat dengan bebas bertanya dan menjawab hal yang mereka ingin ketahui dan bagi yang memiliki pengetahuan atau pengalaman bisa berbagi informasinya dengan menjawab dengan sesuai latar belakang yang sama sehingga mampu menimbulkan sebuah komunikasi. Semakin mirip sebuah latar belakang sosial-budaya seseorang dengan yang lainnya semakin efektif juga komunikasi yang terjadi atau sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Dalam penggunaan media sosial banyak manfaat positif yang terjadi pada aspek kehidupan salah satunya bidang pendidikan, bagaimana pendidikan saat ini menggunakan teknologi media sosial sebagai bahan ajar dengan peranan tersendiri dalam penggunaannya. Karena dalam penerapan pendidikan pun banyak memanfaatkan media sosial sebagai media penyampaian informasi, pesan, dan data. Salah satunya yang terjadi saat ini pada media sosial twitter, sebagaimana yang telah dipaparkan dengan berbagai spesifikasi terkait twitter dimana kita bisa berinteraksi dengan berbagai macam pengguna lainnya melalui *autobase* yang dikendalikan oleh *bot* dalam menyebarkan informasi

secara luas dan bebas sesuai dengan konteks visi misi pada *autobase* yang diikuti. Media sosial merupakan bagian dari media pembelajaran yang tengah mengalami pemutakhiran sesuai dengan kondisi zaman. Sebagai bagian dari media pembelajaran yang diharapkan dapat mengarahkan proses pembelajaran berlangsung efektif dan efisien. (Sholekhah & Wahyuni, 2019:52).

Berikut beberapa akun *twitter autobase* yang berlatar belakang tentang pendidikan yang memenuhi kebutuhan informasi bagi pelajar:

Tabel 1.1
Daftar Nama Akun Autobase dan Jumlah *Followers*

Akun Twitter	Followers	Kegunaan
	788,233 ribu pengikut	<i>Autobase</i> yang bertujuan untuk berdiskusi, mencari dan informasi seputar pendidikan dalam perkuliahan

<p>@schfess</p> 	<p>180 ribu pengikut</p>	<p><i>Autobase seputar Pendidikan yang diperuntukkan bagi para siswa SMP-SMA</i></p>
<p>@student_fess</p> 	<p>57.386 ribu pengikut</p>	<p><i>Autobase yang bisa digunakan oleh siswa dan mahasiswa dalam berdiskusi dan mencari serta mendapatkan informasi</i></p>

Dalam hal ini dipilih tiga *autobase* yang merupakan *autobase* yang paling banyak pengikut serta interaksinya dalam latar belakang pendidikan yaitu yang pertama @Schfess yang diperuntukkan bagi siswa sekolah, yang kedua @student_fess yang bisa digunakan untuk siswa dan mahasiswa menjadi satu lingkup, yang ketiga @collegemenfess yang diperuntukkan khusus untuk mahasiswa saja. Peneliti memilih *autobase* @collegemenfess sebagai media komunikasi penyebaran informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi secara khusus bagi mahasiswa karena kesamaan latar belakang jenjang pendidikan sesama mahasiswa dengan berbagai macam universitas swasta maupun negeri secara merata dan menyeluruh bersatu menjalin interaksi komunikasi dan menyebarkan informasi yang sedang dibutuhkan saat ini. Karena bagaimanapun saat ini mahasiswa sangat aktif dalam

mencari informasi dengan berbagai topik dan menjadi bahan diskusi bersama para pengguna lainnya. Selain itu untuk membantu dalam mendapatkan jawaban atas sebuah keingintahuan mereka yang tidak terjawab dalam berdiskusi di kelas atau malu bertanya pada dosen, dan menjadikan mereka berusaha menggali dan mendapatkan informasi secara luas tanpa batas dengan berbagai opini dan pandangan dari pengguna yang mengikuti @collegemenfess ini. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti akun @collegemenfess karena menjadi *autobase* dengan jumlah *followers* lebih banyak dibanding dengan lainnya sebagai *autobase* dalam mendapatkan dan menyebarkan informasi di bidang pendidikan dan peneliti pun ikut menggunakan dan berpengalaman dalam menikmati aku @collegemenfess sebagai media informasi dan komunikasi.



Gambar 1.2 Akun Twitter @collegemenfess

(Sumber <https://twitter.com/collegemenfess>)

Akun @collegemenfess sendiri merupakan *autobase* seputar dunia pendidikan perkuliahan terbesar di *twitter* hingga kini dengan jumlah 788,3 ribu pengikut yang berdiri sejak 2018. Dalam proses komunikasi yang terjadi dalam *autobase* menggunakan pola komunikasi Osgood dan Schramm karena proses komunikasi yang terjadi berjalan secara sirkuler dimana *followers* secara bergantian bertindak sebagai komunikator/sumber komunikasi/penerima sehingga membentuk lingkaran yang berkelanjutan untuk berbagi

dan menyebarkan informasi dan terlihat umpan balik (*feedback*). Pada umumnya *twitter* merupakan sosial media yang diperuntukan berkomunikasi sesama *followers* menggunakan cuitan pribadi, tetapi dengan penjelasan serta fakta yang telah disampaikan sebelumnya. Berkembangnya zaman dan teknologi kini *twitter* menjadi sebuah media sosial yang banyak dipergunakan sebagai komunikasi penambah dan penyebaran informasi serta diskusi melalui *autobase* yang mereka ikuti. Cuitan yang disampaikan di akun *twitter* *@collegemenfess* kebanyakan adalah sebuah diskusi umum yang diperlukan para mahasiswa seputar pendidikan perkuliahan.



Gambar 1.3 Pengenalan Akun Twitter @collegemenfess

(Sumber <https://twitter.com/collegemenfess>)

Akun *@collegemenfess* memberlakukan pengiriman fitur DM (*direct message*) hanya kepada *followers*nya yang mendapatkan *followback* yang bisa mengirimkan pertanyaan atau diskusi, karena aturan dan visi misi yang sangat selektif yang hanya ditunjukkan bagi mahasiswa atau anak-anak yang sedang dalam masa perkuliahan. Tetapi hal tersebut tidak menjadi penghalang dalam mendapatkan informasi karena biasanya beberapa *followers* lain yang belum mendapatkan *followback* mengajukan permintaan tolong kepada pengguna yang sudah mendapatkan *followback* untuk menitipkan *menfess* yang nantinya dikirim melalui *Direct Message*. Unggahan tersebut akan muncul di *timeline* dan mendapatkan respon beragam dari *followers* lainnya, sehingga terjadinya interaksi dan diskusi menjadikan respon tersebut sebagai sebuah informasi yang dinikmati *followers*

lainnya walaupun tidak mengirim *menfess*, kemudahan itu yang membuat para *followers*nya lebih memilih untuk bertukar informasi melalui akun twitter *autobase @collegemenfess* karena memang hanya akun tersebut yang fokus terhadap latar belakang mahasiswa tanpa bercampur dengan pelaku pendidikan lainnya seperti siswa/I sekolah.. Sehingga menjadi pilihan sebagai tempat interaksi dalam pencarian informasi secara luas dan terbuka tentang pendidikan, cuitan yang ada berupa pertanyaan atau pernyataan menjadi informasi yang sangat berguna bagi *followers* dengan arti lain dapat menambah ilmu pengetahuan yang tidak terduga, karena beberapa pengambilan keputusan dalam suatu hal didasari oleh pengalaman orang lain yang pernah mengalaminya sehingga menjadi point penimbang dalam pengambilan keputusan.



Gambar 1.4 Tampilan Pernyataan dan respon dari followers dan following @collegemenfess

(Sumber aplikasi android twitter/collegemenfess)

Gambar diatas merupakan interaksi yang terjadi sesama *followers* terhadap suatu *menfess* yang muncul pada *timeline twitter*. Terlihat beberapa akun membalas *menfess* tersebut sesuai dengan pesan yang dikirim yaitu tentang mencari jurnal, dan yang membalas *menfess* tersebut merupakan orang yang pernah mengalaminya sehingga interaksi pun terjalin karena penguasaan sebuah informasi yang sedang dicari oleh pengguna lainnya, ikut menjawab dan memberi tahu.



Gambar 1.5 Tampilan *Direct Message* dari *followers* @collegemenfess
(Sumber aplikasi android twitter/collegemenfess)

Pesan dapat muncul pada *timeline* para *followers* @collegemenfess yaitu dengan mengirimkan pernyataan atau pertanyaan melalui *direct message* yang ada pada akun collegemenfess menggunakan format awalan sesuai aturan *autobase* [CM] yang nantinya pesan dapat muncul pada *timeline* dan direspon oleh para *followersnya*.

Dengan fakta dan data penjelasan yang telah terpapar mengenai internet, komunikasi, informasi dan twitter. Pada perkembangan zaman ini dalam menyebarkan dan mencari informasi dengan media sosial *twitter* yang saat ini mulai kembali besar penggunaannya di Indonesia. Jadi penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pola komunikasi pada autobase twitter @collegemenfess sebagai media informasi dan komunikasi di bidang pendidikan”**.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fonemenologi sebagai metode dalam memahami dan menggambarkan sebuah fenomena spesifik yang mendalam dan diperolehnya esensi dari pengalaman hidup dengan teknik pengumpulan data berupa identifikasi individu secara mendalam, observasi, wawancara dan dokumentasi pada *followers @collegemenfess*

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan maka fokus penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana fungsi dan pemanfaatan akun twitter *autobase @collegemenfess* sebagai media informasi dan komunikasi massa di bidang pendidikan serta mengetahui bagaimana pola komunikasi yang tercipta

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

Mengetahui pola komunikasi yang tercipta pada autobase twitter *autobase @collegemenfess* sebagai media informasi dan komunikasi di bidang pendidikan

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah disampaikan, maka tujuan penelitian ini oleh penulis adalah:

Mengetahui pola komunikasi yang tercipta pada autobase twitter *autobase @collegemenfess* sebagai media informasi dan komunikasi massa di bidang pendidikan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini akan menjadi sebuah pembelajaran dan masukan bagi peneliti lainnya dalam hal mengenai pengembangan dalam bidang Komunikasi dan Informasi melalui media sosial yang berkembang pesat seiring perkembangan teknologi informasi. Serta menjadi sebuah gambaran mengenai pola komunikasi pada *autobase* yang beredar saat ini menjadi sebuah efek positif bagi *followers* akun twitter.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ataupun literatur bagi mahasiswa serta menjadi suatu wawasan dan bahan informasi terhadap manfaat penggunaan media sosial sebagai hal yang positif dalam dunia pendidikan bukan hanya sebagai sarana hiburan yang menjadi sebuah trend, tetapi banyak manfaat positif yang terjadi apabila ditelaah lebih dalam.