BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan perkembangan teknologi internet yang terus berkembang dan meluas hingga ke pelosok-pelosok desa, proses interaksi dan komunikasi di dunia maya membuat manusia mulai "dipermudah" dalam berinteraksi dan berkomunikasi jarak yang jauh. Saat ini komunikasi sudah menjadi hal yang penting bagi kehidupan manusia untuk memperoleh bermacam-macam informasi yang dibutuhkan. Selain itu memperoleh pengetahuan dan hiburan, membuat media massa akhir-akhir ini di Indonesia tidak terkecuali media lewat *internet*, semakin merebak. Kehadiran *internet* membuat orang yang mulanya tidak berani bicara menjadi berani memberi komentar sebab bicara di *internet* lebih bebas, Mungkin karena seseorang tidak perlu ditampilkan secara *live* di *internet* seperti halnya di televisi maupun radio maka ia menjadi tak ragu-ragu beropini secara *online*

Sebagai sumber dan media informasi *internet* mampu menyampaikan berbagai bentuk komunikasi interaktif dan cepat. Bahkan internet pun kemudian berkembang dan dapat dipercaya sebagai pustaka informasi, contohnya situs google.com yang didalamnya banyak terdapat informasi yang begitu lengkap. Sebagai media sosial dan komunikasi *internet* telah membantu penggunanya untuk terhubung antara satu dengan yang lainnya melalui situs jejaring sosial yang dalam beberapa tahun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terakhir ini sangat marak digunakan oleh berbagai kalangan salah satunya adalah situs jejaring sosial Twitter.

Booming situs jejaring sosial sebagai media komunikasi saat ini mengindikasi bahwa internet memiliki potensi yang besar untuk menjaring pertemanan. Sekaligus menandakan bahwa masyarakat dunia benar-benar telah bertransformasi menjadi masyarakat dimana kebutuhan akan informasi, akses cepat dan komunitas menjadi faktor penting dari kehidupan mereka, terbukti dengan banyaknya orang tergabung di dalam situs pertemanan seperti my space, friendster dan yang sedang menjadi tren saat ini adalah Twitter.

Twitter menjadi sebuah media berekspresi bagi para netizen di seluruh dunia hampir semua remaja mempunyai akun twitter dan tampaknya menjadi bagian normal dari interaksi sosial masyarakat.

Twitter adalah layanan jejaring sosial dan mikroblog yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 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 defngan "pesan singkat dari *Internet*." Di Twitter, pengguna tak terdaftar hanya bisa membaca kicauan, sedangkan pengguna terdaftar bisa memosting kicauan melalui antarmuka situs web, pesan singkat (SMS), atau melalui berbagai aplikasi untuk perangkat seluler.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Twitter dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter, Inc., yang berbasis di San Francisco, dengan kantor dan *server* tambahan terdapat di New York City, Boston, dan San Antonio[1].

Twitter adalah salah satu jejaring sosial yang sangat popular di Indonesia, dan di dunia. Setelah maraknya fenomena penggunaan Facebook, Twitter hadir dengan membawa format baru berupa *micro-blogging*. Dalam waktu yang tergolong singkat, Twitter sanggup memikat hati banyak pengguna internet, khususnya di kalangan para mahasiswa

Twitter dirasa merupakan tempat yang pas untuk mengutarakan aspirasi dan opini setiap pribadi. Mahasiswa UIN Sunan Ampel tidak terlepas dari demam Twitter. Beberapa aktivitas mahasiswa komunikasi UIN di-*timeline* (beranda Twitter) terbilang cukup intens hingga mencapai 20-30 tweets per hari. Keintensifan tersebut dapat dilihat dari jumlah tweets yang ditulis oleh pengguna dengan tema pesan yang beragam dan menarik. Namun tidak jarang media sosial seperti twitter ini juga disalah gunakan oleh penggunanya. Penggunaan yang tidak bertanggung jawab akan mengundang kontroversi bahkan masalah bagi pengguna sendiri.

[1] http://id.wikipedia.org/wiki/Twitter

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian "Twitter sebagai media sosial Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya" ini, peneliti merumuskan rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana motif penggunaan twitter sebagai media sosial mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui apa motif penggunaan twitter sebagai media komunikasi sosial Mahasiswa.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi dengan berbagi informasi tentang jejaring sosial twitter sebagai media komunikasi serta motif penggunaan twitter sebagai media jejaring sosial, pertemanan pada mahasiswa UIN Sunan Ampel. Selain itu penelitian ini diharapkan untuk pengembangan cakrawala keilmuwan yang terkait dengan kualitatif deskriptif.

2. Manfaat Praktis

Apabila dilihat dari segi manfaat praktisnya, penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengetahui penggunaan twitter sebagai media komunikasi sehingga dapat memberi manfaat untuk melakukan kegiatan penelitian yang serupa dalam ruang lingkup yang lebih luas dan mendalam lagi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Kajian dan hasil penelitian terdahulu

Penelitian tentang media sosial sebelumnya telah dilakukan oleh Tri Susanto, mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul skripsi "Analisis Penggunaan Media Sosial dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif pada *Simply Homy Guest House* Yogyakarta)" yang diterbitkan pada tahun 2011.

Dalam penelitian tersebut dijelaskan bagaimana *Simply Homy Guest House* menggunakan media sosial sebagai sarana untuk membangun citra. Persamaan kedua penelitian tersebut diantaranya sama-sama menggunakan media sosial sebagai subyek penelitian, menggunakan studi deskriptif kualitatif sebagai metode penelitian. Perbedaan pada keduapenelitian ini adalah pertama skripsi Tri Susanto mengamati beberapa jenis media sosial yang digunakan oleh Simply Homy Guest House sedangkan penelitian ini terfokus pada penggunaan media sosial *Twitter*. Kedua, obyek penelitian dalam skripsi Tri Susanto adalah perusahaan sedangkan dalam penelitian ini adalah sekelompok orang. Ketiga, penelitian Tri Susanto menganalisis pesan dalam membentuk citra perusahaan, sedangkan dalam penelitian ini meneliti tentang bagaimana motif mahasiswa UIN Sunan Ampel menggunakan media sosial *Twitter*.

F. Definisi Konsep

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Media

Baru pada tahun 1920-an – menurut the oxford English Dictionary – orang mulai berbicara tentang "media massa", dan satu generasi kemudian, pada tahun 1950-an, orang mulai berbicara tentang "revolusi komunikasi", namun perhatian terhadap sarana – sarana komunikasi jauh lebih tua dari pada itu. Retorika, yaitu study tentang seni berkomunikasi secara lisan dan tertulis, sudah mendapatkan tempat yang sangat terhormat dimasa yunani dan romawi kuno. Retorika juga dipelajari di abad pertengahan, dan dengan semangat yang lebih besar lagi di zaman Renaissance.[2]

Mcluhan bersama Quentin Fiore menyatakan bahwa media pada setiap zamannya menjadi esesnsi masyarakat. Mereka mengemukakan adanya empat era atau zaman (epoch) dalam sejarah media, dan masing – masing era berhubungan dengan mode komunikasi dominan pada era bersangkutan. Lebih jauh, McLuhan menyatakan bahwa media berfungsi sebagai kepanjangan indera manusia pada masing – masing era, yaitu kesukuan (*tribal*), tulisan (*literate*), cetak (*print*), dan elektronik. [3]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

[2] Asa Briggs dan Peter Burke, *Sejarah social media*. (Jakarta, Yayasan Obor Indonesia, 2006), Hal 1

[3] Morrisan, *teori komunikasi massa.* (Bogor,Ghalia Indonesia), hal 32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis *internet* yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi *Web* 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*". Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *webpage* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, 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 berpertisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.[4]

Beberapa media sosial Antara lain, kesederhanaan. Dalam sebuah produksi media konvensional dibutuhkan keterampilan tingkat tinggi dan keterampilan marketing yang unggul, sedangkan media sosial sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang tanpa

[4] *Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan Ri*,Pusat Hubungan Masyarakat, Jakarta 2014, hal 25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dasar IT pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah komputer dan koneksi *internet*. Dalam membangun Hubungan, sosial media menawarkan kesempatan tak tertandingi untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan. Perusahaan mendapatkan sebuah *feedback* langsung, ide, pengujian dan mengelola layanan pelanggan dengan cepat. Tidak dengan media tradisional yang tidak dapat melakukan hal tersebut, media tradisional hanya melakukan komunikasi satu arah. Untuk jangkauan *Global*, media tradisional dapat menjangkau secara *global* tetapi tentu saja dengan biaya sangat mahal dan memakan waktu. Melalui media sosial, bisnis dapat mengkomunikasikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis. Media sosial juga memungkinkan untuk menyesuaikan konten untuk setiap segmen pasar dan memberikan kesempatan bisnis untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna. Terukur, Dengan sistem *tracking* yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga perusahaan langsung dapat mengetahui efektifitas promosi. Tidak demikian dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

2. Komunikasi Sosial

Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia akan hilang, karena ia tidak punya waktu untuk mengatur diri mereka sendiri dalam lingkungan sosial. Komunikasi yang memungkinkan individu untuk membangun dan menggunakannya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai kerangka acuan untuk menafsirkan pantuan, setiap situasi yang dia hadapi. Demikian pula, komunikasi yang memungkinkan penelitian dan menerapkan strategi adaptif untuk mengatasi situasi bermasalah bahwa ia masuk.[5]

Tanpa terlibat dalam komunikasi, seseorang tidak akan tahu bagaimanamakan, minuman, berbicar sebagai manusia dan beradab lainnya manusi memperlakukan, sebagai cara berperilaku yang harus dipelajari melalui kluarga orang tua dan hubungan dengan orang lain menunjuk adalah komunikasi. Implasif adalah fungsi komunikasi sosial adalah fungsi komunikasi budaya.

Ilmuwan sosial mengakui bahwa budaya dan komunikasi memiliki hubungan timbal balik, seperti dua sisi dari satu koin. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan pada gilirannya juga membantu menentukan komunikasi, memelihara, mengembangkan atau lulus pada budaya. Fungsi komunikasi sosial dapat dibentuk dengan formasi: pembentukan konsep diri, pernyataan eksistensi diri dan untuk kelangsungan hidup, hubungan dan kebahagiaan.

3. Motif

Menurut Branca, 1964 Motif berasal dari bahas latin *movere* yang berarti bergerak atau *to move*. Karena itu motif

---

[5] Mulyana Deddy, M.A., Ph.D. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2009

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorog untuk berbuat atau merupakan *driving force*. Motif sebagai pendorong pada umumnya tidak berdiri sendiri, tetapi saling kait mengait dengan faktor-faktor lain. Hal-hal yang dapat mempengaruhi motif disebut motivasi.

Motivasi merupakan keadaan dalam diri individu atau organisme yang mendorong perilaku kearah tujuan. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa motivasi itu mempunyai 3 aspek yaitu :[6]

a. Keadaan terdorong dalam diri organisme yaitu kesiapan bergerak karena
b. kebutuhan misalnya kebutuhan jasmani, karena keadaan lingkungan, atau karena keadaan mental seperti berpikir dan ingatan. Perilaku yang timbul dan terarah karena keadaan ini.
c. *Goal* atau tujuan yang dituju oleh perilaku tersebut.

4. Twitter

Twitter dalam bahasa *Inggris* yang artinya berkicau, hal ini sesuai dengan fungsi situs twitter yang memungkinkan seseorang untuk mengatakan apa saja yang sedang dilakukan atau dipikirkan kapan saja dan diketahui banyak orang.[7] Adapun Pengertian twitter untuk lebih jelasnya, twitter merupakan sebuah situs yang menawarkan layanan jaringan sosial dan *microblog*. Situs ini tidak

[6] Walgito, Bimo, *Pengantar Psikologi Umum*, Andi Yogyakarta, 2005, hal 26

[7] Hanif Fakhrurorroja dan Aris Munandar, *twitter Ngoceh Dapet Duit*, Great Publisher, 2009, hal 9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hanya memberikan layanan jaringan pertemanan tetapi juga *microblog*. *Microblog* sendiri dimaksudkan sebagai bentuk blog multimedia yang memungkinkan pengguna untuk memposting pesan singkat dalam bentuk teks, foto atau suara. Pesan tersebut dapat dikirimkan melalui beragam alat komunikasi seperti *instant message*, *email*, *audio digital*, ponsel atau *website* sesuai dengan namanya yaitu *microblog*, tentu saja ukuran pesan yang diposting berbeda dengan blog konvensional, dimana *microblog* ini paling tidak hanya menampung satu atau dua kalimat. Berkenaan dengan tersebut, teks yang dapat diposting dibatasi maksimal 140 karakter, teks ini ditempatkan di halaman profil setiap pengguna dan didistribusikan ke pengguna lain yang tercakup sebagai pengikutnya.

5. Komunikasi

Kata Komunikasi dan *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *Communis* yang berarti "sama," *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Istilah peratama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata – kata *Latin* lainya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar ataupun yang salah. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatanya untuk menjelaskan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya "Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik, atau terlalu luas, misalnya "komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih" sehingga para peserta ini mungkin termasuk hewan, tanaman, dan bahkan jin.[8]

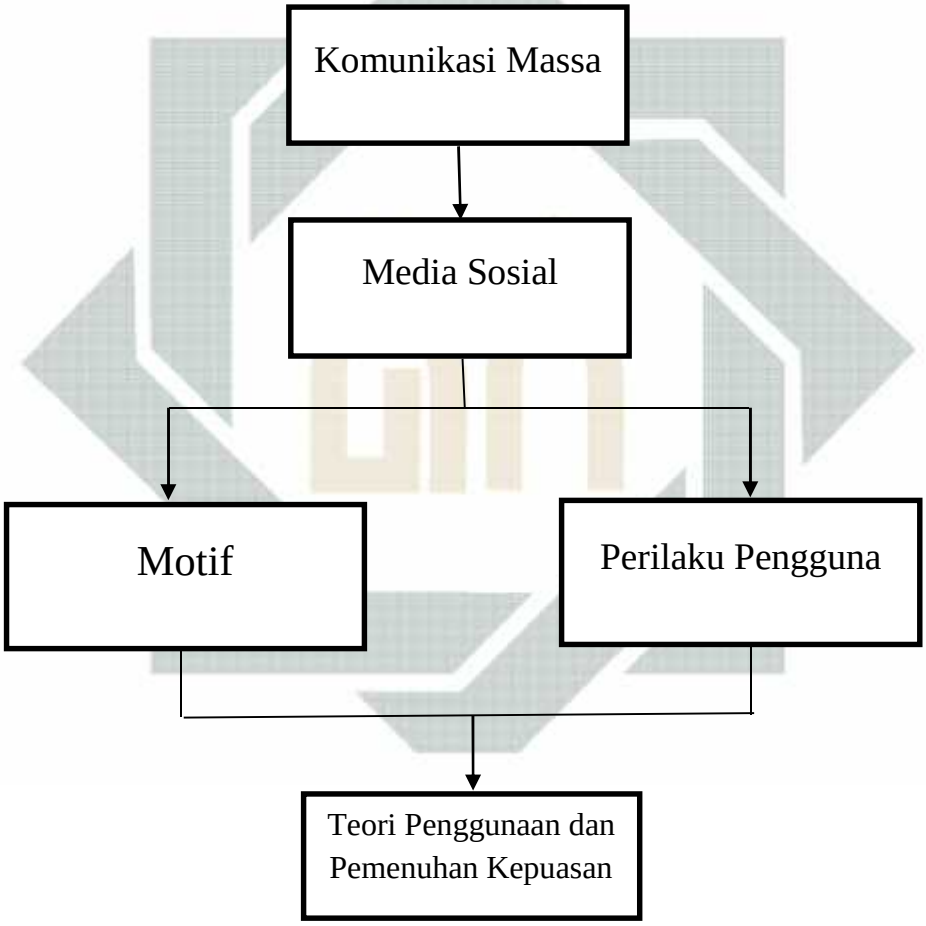
Komunikasi didefinisikan secara luas sebagai "berbagi pengalaman" sampai batas tertentu, setiap makhluk dapat dikatakan melakukan komunikasi dalam pengertian berbagai pengalaman.

[8] Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Kerangka Pikir

Adapun ilustrasi kerangka pikir penelitian penggunaan twitter sebagai media komunikasi jejaring sosial dalam pertemanan pada mahasiswa UIN Sunan Ampel, sebagai berikut :



Bagan 1.1

Jejaring sosial ini memiliki sifat yang unik yaitu setiap orang memiliki kemungkinan untuk membangun hubungan sosial dengan orang-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang yang tidak dikenal sekalipun, namun *social networking sit*e memungkinkan profil jejaring social pada setiap individu bersifat *visible* bagi seluruh member, itu jika dikehendaki oleh individu tersebut. Hal ini dapat mengakibatkan hubungan antara individu, yang tidak seharusnya terhubung menjadi dapat dibuat. Pada banyak *sosial networking site*, individu tidak selalu berusaha untuk mencari atau bertemu dengan orang-orang baru, melainkan mereka lebih mengutamakan untuk menjalin komunikasi dengan orang yang sudah menjadi bagian dalam lingkungan mereka sendiri.

H. Kajian Teoritis

Teori yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan dan mendukung penelitian ini adalah Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan (*Uses and Gratification Theory*) merupakan salah satu teori paling populer dalam komunikasi massa

Teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audien mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan pada terhadap isi media secara berbeda-beda, yang disebabkan oleh berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda diantara individu audien.[9]

Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumlerm dan Michael Gurevitch uses and gratifications meneliti asal mula kebutuhan

[9] Morissan, Cory Wardhani, Andy, dan Hamid U, Hamid. *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia) Hlm.77

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain , yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.

Teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa artinya manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media.

Sebaliknya mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan.[10]

I. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan jenis penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif, artinya data yang digunakan merupakan data kualitatif deskriptif. Menurut Suharsimi Arikunto, penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau status kejadian. Dalam hal ini, peneliti hanya ingin memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari

[10] Nurudin, M.si *Pengantar Komunikassi Massa* (Jakarta, Raja Grafindo Persada 2007) hlm.192

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi tentang penggunaan twitter.[11] Apabila data yang diperlukan telah terkumpul, lalu diklasifikasikan dalam data yang bersifat kualitatif, yaitu yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.

2. Subyek, obyek, dan lokasi penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang dijadikan informan dalam penelitian, yaitu Nia Aisyatus Saadah, Ilmi Hidayana, Zulfahmi Ramadhan, Mona Aizha, Afifah Kusuma Dara, Gufran Zakky. mahasiswa di lingkungan UIN Sunan Ampel dengan metode penelitian purposive sampling.

b. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah kajian ilmu komunikasi yang berkosentrasi pada media sosial twitter.

c. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Kampus UIN Sunan Ampel Surabaya. Alasan peneliti memilih lokasi ini dikarenakan peneliti berkuliah di kampus yang sama, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian.

[11] Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 1999, hal. 243-244

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

1) Data Primer merupakan data yang diambil dari obyek / obyek penelitian oleh peneliti perorangan maupun organisasi.

2) Data sekunder yang dibutuhkan bukan menekankan pada jumlah tetapi pada kualitas dan kesesuaian, oleh karena itu peneliti harus selektif dan hati-hati dalam memilih dan menggunakannya. Data sekunder biasanya digunakan sebagai pendukung data primer; oleh karena itu kadang-kadang tidak dapat hanya menggunakan data sekunder sebagai satu-satunya sumber informasi untuk menyelesaikan masalah penelitian.

b. Sumber Data

Sumber data primer pada penelitian ini yakni informasi dari mahasiswa UIN Sunan Ampel, sedangkan data sekundernya didapat dilapangan, serta sumber-sumber yang lain, yakni buku dan internet.

4. Tahap-tahap Penelitian

Dalam penelitian ini, tahap-tahapnya adalah sebagai berikut:

a. Pra Lapangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Didalam pra lapangan ini penelitian terlebih dahulu melakukan tahapan penyusunan proposal dan studi kasus.

b. Lapangan

Dalam lapangan penelitian melakukan tahapan-tahapan, tahapan yang pertama adalah melakukan pengumpulan data, didalam pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dengan melakukan observasi dan mencari informan yang mempunyai informasi. Selanjutnya setelah menemukan informan yang diperlukan, kemudian peneliti melakukan beberapa proses, diantaranya proses wawancara dan yang terkahir dilakukan adalah menganalisis data yang telah didapat dari informan.

c. Penulisan Laporan

Didalam tahapan terakhir, peneliti menyusun sebuah laporan dari data-data yang telah didapat dan dianalisi serta diuji keabsaan datanya.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Sesuai dengan jenis data, penelitian ini menggunakan metode observasi *non participant*, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan datanya adalah sebagai berikut:

a. Observasi non participant

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teknik pengumpulan data yang pertama adalah dengan observasi *non participant*. Observasi *non participant* adalah teknik pengamatan onservasi tanpa ikut dalam kehidupan orang yang diobservasi dan secara terpisah berkedudukan sebagai pengamat.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan komunikasi verbal dengan tujuan mendapatkan informasi melalui pertukaran percakapan dengan tatap muka, dimana seseorang memperoleh informasi dari yang lain. Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam (*indepth interview)* dan tidak berstruktur, sehingga peneliti sedikit memberi pengarahan pada pewawancara mengenai hakikat permasalahan yang ada maupun tentang pertanyaan yang diajukan kepada sumber yang diwawancarai.

Wawancara dapat dilakukan pada waktu dan konteks yang dianggap tepat, guna mendapatkan data yang mempunyai kedalaman, dan dapat dilakukan berulang-ulang demi kejelasan masalah yang dijelajahi Dalam wawancara menggunakan petunjuk umum berupa daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Dalam wawancara ini biasa dilakukan dengan cara menanyakan suatu permasalahan yang akan diteliti kepada salah satu responden. Apabila jawabannya dirasa kurang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjelaskan apa yang dimaksud, maka wawancara dapat dilakukan lagi pada responden lain dengan materi yang sama dan seterusnya, sampai kejelasan masalah yang diteliti tercapai.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data melalui teknik ini dimaksudkan untuk melengkapi hasil data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Dengan analisis dokumen ini diharapkan data yang diperlukan menjadi benar-benar valid. Dokumen yang dapat dijadikan sumber antara lain foto,laporan penelitian, buku-buku yang sesuai dengan penelitian, dan data tertulis lainnya.

6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang akan digunakan adalah teknik analisis data model Miles dan Huberman. Analisisan data terbagi menjadi tiga tahap[12], yakni:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, mencari tema dan pola dari semua data yang telah tercatat atau diterima. Dengan mengkategorisasikan data telah

[12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011,) hlm. 247.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempermudah peneliti dalam menyajikan data dan proses pengumpulan data selanjutnya.

b. Display Data

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya adelah mendisplay data. Adapun cara mendisplay data dalam penelitian kualitatif adalah melalui teks naratif, namun tidak menutup kemungkinan dalam bentuk bagan yang disertai dengan sedikit penjelasan.

c. Kesimpulan

Langkah terakhir dalam teknik analisis data menurut Miles dan Huberman adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dapat bersifat sementara ataupun tetap. Bersifat sementara apabila kesimpulan masih membutuhkan bukti-bukti yang valid, sedangkan kesimpulan tetap apabila kesimpulan yang ditarik didukung dengan data-data yang valid. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah sebuah kesimpulan yang bersifat baru yang sebelumnya belum pernah ada atau bisa juga menyempurnakan yang telah ada.

7. Teknik pemeriksaan keabsaan data

Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, perpanjangan pengamatan, serta meningkatkan ketekunan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber. Triangulasi sumber ialah langkah pengecekan kembali data-data yang diperoleh dari informan dengan cara menanyakan kebenaran data atau informasi kepada informan yang satu dengan informan yang lain[13]. Peneliti menggunakan beberapa informan tambahan selain informan utama untuk mengecek kebenaran data dari informan utama

8. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman dan memberi ketegasan dalam penyusunan laporan ini, berikut sistematika pembahasan yang digunakan peneliti yang meliputi:

1. Bab I

Berisi pendahuluan yang dipaparkan mengenai latar belakang masalah penelitian, permasalahan yang diangkat sebagai perumusan masalah dalam penelitian, tujuan dari penelitian dan juga kegunaan penelitian yang berlandaskan beberapa konseptualisasi judul penelitian, kajian hasil penelitian yang terdahulu, definisi konsep, metode penelitian,

[13] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), h. 326

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemudian dijelaskan uraian singkat mengenai sistematika pembahasan penulisan laporan penelitian.

2. **Bab II**

   a. Dalam bab ini kajian pustakanya yang akan dibahas mengenai sosmed twitter itu sendiri. Masing–masing akan dibahas secara mendalam dan lebih rinci dari berbagi referensi buku literatur, sehingga mampu menjelaskan makna dan pengertian yang sebenarnya.

   b. Kajian teoritik yang digunakan untuk memperkuat hasil penelitian. Dimana dalam kajian teoritik ini, peneliti menggunakan Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan untuk memandu dan dapat dijadikan sumber acuan dalam melaksanakan kegiatan penelitian

3. **Bab III**

   Berisi mengenai metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti, meliputi antara lain: deskripsi subjek dan lokasi penelitian, serta ada paparan data hasil penelitian.

4. **Bab IV**

   Setelah melakukan penelitian maka tahap berikutnya akan membahas mengenai penyajian dan analisis data yang berisi, analisis data, temuan penelitian dan konfirmasi temuan dengan teori.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. **Bab V**

Bab ini Disebut pula bab penutup karena terletak di akhir dan materi isinya tentang kesimpulan dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id