

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di dunia kian pesat. Berkembang dengan cepat tanpa diduga sebelumnya. Internet menjadi salah satu hal penting yang digunakan oleh banyak masyarakat pada zaman ini. Penggunaan internet sebagai hal utama untuk menghidupkan media sosial sendiri pun begitu penting. Menurut Allan, internet merupakan sekumpulan jaringan komputer yang terhubung satu sama lain dan dapat membaca serta menguraikan berbagai protokol komunikasi tertentu yang biasa dikenal sebagai *Internet Protocol* (IP) dan *Transmission Control Protocol* (TCP).¹Protokol juga memiliki definisi lebih lanjut menurut Allan merupakan sebuah spesifikasi sederhana mengenai bagaimana komputer dapat berinteriksa satu sama lain².

Penggunaan internet di Indonesia sendiri kian berkembang dari waktu ke waktu. Bahkan, internet sangat melekat penggunaannya bagi masyarakat karena diyakini dapat membantu aktivitas sehari-hari, seperti sekolah atau bekerja. Menurut Ketua Umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Muhammad Arif, melalui cnbcindonesia.com, saat ini sejumlah 77 persen penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Jika dibandingkan dengan angka sebelum pandemi Covid-19

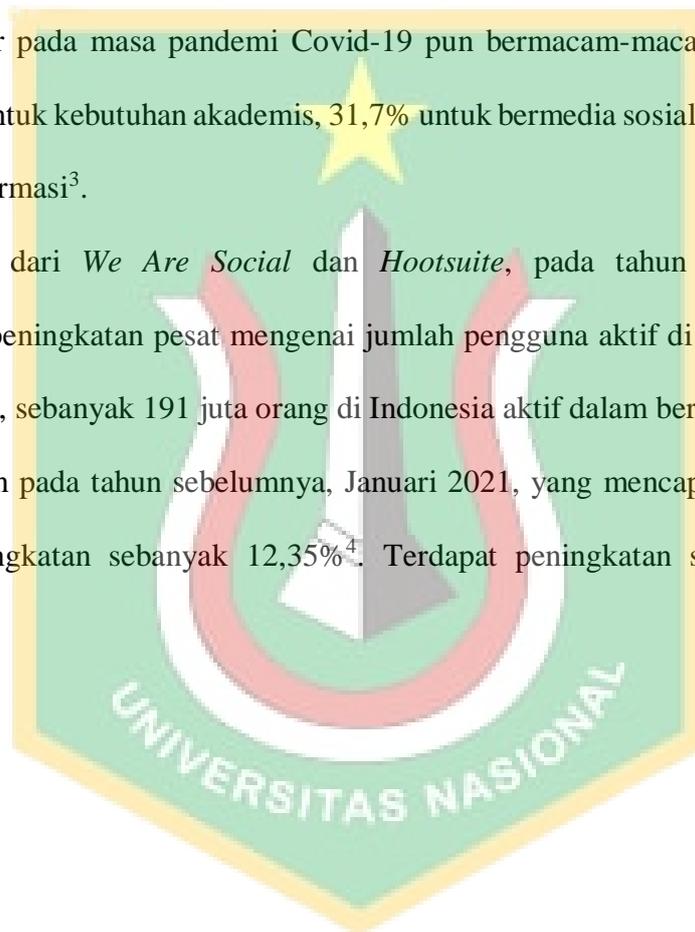
¹ Asrul Huda. Noper Ardi. 2021. Teknik Multimedia Dan Animasi. 142.

² Ibid.

yang mencapai 175 juta penduduk, pada tahun 2022 pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 210 juta penduduk.

Berdasarkan penelitian dari Siste et. al, mendapati dari 2.933 remaja, terdapat 59% orang mengalami peningkatan durasi dalam memainkan gadget pada masa pandemi Covid-19. Aktivitas utama penggunaan internet dengan menggunakan ponsel pintar pada masa pandemi Covid-19 pun bermacam-macam; seperti 39,5% digunakan untuk kebutuhan akademis, 31,7% untuk bermedia sosial, dan 20,4% untuk mencari informasi³.

Laporan dari *We Are Social* dan *Hootsuite*, pada tahun 2022, Indonesia mengalami peningkatan pesat mengenai jumlah pengguna aktif di media sosial. Per Januari 2022, sebanyak 191 juta orang di Indonesia aktif dalam bermedia sosial. Jika dibandingkan pada tahun sebelumnya, Januari 2021, yang mencapai 170 juta, telah terjadi peningkatan sebanyak 12,35%⁴. Terdapat peningkatan sebanyak 21 juta pengguna.



³ Indriani, D., Intan Rahayuningsih, S. (2021). *Duration and Prolonged Use of Smartphone in Adolescent* (Issue 1). 125

⁴ DataIndonesia. Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. 1. Diakses pada 26 September 2022 pada <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial Indonesia
(2015-2022)

Nasrullah menyatakan, media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan diri atau berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual⁵. Media sosial menjadi salah satu wadah untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi, serta melakukan komunikasi secara jarak jauh. *We Are Social* menginformasikan bahwa WhatsApp menjadi media sosial yang paling banyak digunakan pada tahun 2022⁶.

⁵ Setiadi. 2016. Banten. Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. 1.

⁶ GoodStats. Daftar Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022. 1. Diakses 26 September 2022 pada <https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-JpfD1>

Berdasarkan data dari *We Are Social*, adapun lima media sosial teratas yang sering digunakan oleh warga Indonesia, yaitu *WhatsApp*, *Instagram*, *TikTok*, dan juga *Telegram*.



Gambar 1. 2 Platform Sosmed Paling Banyak Digunakan Orang Indonesia 2022

Media sosial menjadi salah satu gaya hidup, di mana penduduk Indonesia rata-rata memiliki media sosial yang dipergunakan untuk sarana penyampain juga mendapatkan informasi, serta melakukan komunkasi yang tidak bisa dipisahkan dan merekat bagi penggunaanya di seluruh kalangan, mulai dari remaja hingga dewasa⁷.

⁷ Yolla Adelia, D., & Christin, M. 2022. Bandung. *Pola Komunikasi Pada Autobase Twitter @collegemenfess Sebagai Media Informasi*. 1113.

Media sosial menjadi media komunikasi untuk kehidupan sehari-hari seperti berkomunikasi dengan teman sebaya serta mendapatkan informasi, termasuk media sosial *Twitter*⁸. *Twitter* menjadi salah satu media sosial yang masuk ke dalam 10 besar daftar penggunaan media sosial terbanyak di Indonesia, menunjukkan bahwa eksistensi *Twitter* masih terlihat di penglihatan masyarakat.

Twitter sendiri merupakan situs media sosial berjenis *micro blogging* yang dioperasikan oleh *Facebook*. *Micro blogging* sendiri memiliki arti bahwa pengguna *Twitter* memungkinkan secara bebas membaca serta mengirim pesan sebuah kritik atau curahan hati layaknya blog pada umumnya⁹. *Twitter* didirikan sejak Maret 2006 oleh Jack Dorsey. Berdasarkan situs *Twocharts*, orang Indonesia pertama yang menggunakan *Twitter* adalah Chris Prakoso dengan nama pengguna @mahadewa, yang bergabung sejak 26 Juli 2006¹⁰.

Berdasarkan laporan *We Are Social*, pengguna *Twitter* sudah mencapai 18,45 juta pada tahun 2022¹¹. Dibandingkan tahun 2021 yang mencapai 14,05 juta, terdapat



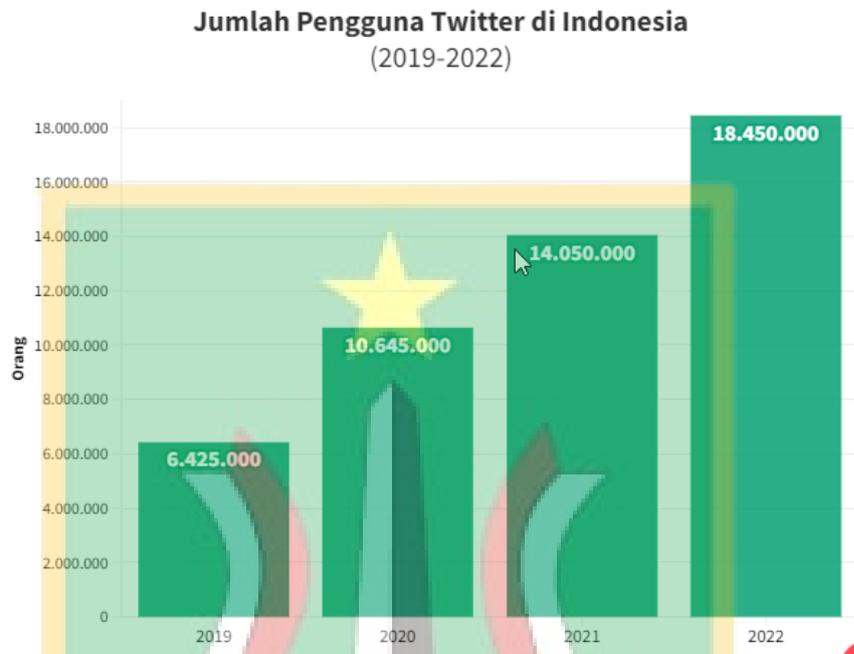
⁸ Ibid.

⁹ Ibid.

¹⁰ KompasTekno. 10 Orang Pertama Indonesia yang Pakai *Twitter*. 1. Diakses pada 2 Oktober 2022 pada <https://tekno.kompas.com/read/2016/03/21/16290037/10.Orang.Pertama.Indonesia.yang.Pakai.Twitter?page=all#:~:text=Orang%20pertama%20di%20Indonesia%20yang,KompasTekno%20dapatkan%20dari%20situs%20Twocharts.&text=1>.

¹¹ DataIndonesia.id. Pengguna *Twitter* di Indonesia Capai 18,45 Juta pada 2022. 1. Diakses 28 September 2022 pada <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-Twitter-di-indonesia-capai-1845-juta-pada-2022>

peningkatan sebanyak 4,4, juta pengguna. Angka ini menjadi tertinggi dibandingkan peningkatan jumlah pengguna dari tahun 2019 ke 2020 dan 2020 ke 2021.



Gambar 1. 3 Jumlah Pengguna Twitter di Indonesia

Saat ini, *Twitter* memiliki berbagai fitur seperti *reply*, *quote Tweet*, *retweet*, dan *like*. Jika seseorang membuat sebuah postingan, disebut dengan *Tweet* atau cuitan. Fitur *reply* sendiri berguna untuk membalas cuitan. *Quote retweet* berguna untuk membalas cuitan juga, namun jangkauan dilihat oleh orang lain lebih luas dibandingkan *reply*. *Retweet* digunakan jika merasakan bahwa cuitan yang dibuat orang lain memiliki pikiran yang sama. *Likes* digunakan untuk menyukai cuitan dan akan tersimpan pada kolom khusus *likes*.

Perubahan pada *Twitter* sejak dahulu hingga sekarang, membuat media sosial yang satu ini tidak hanya menjadi media sosial yang menyebarkan gambar dan video saja. Namun, menjadi media untuk berkomunikasi, bertukar informasi, hingga berdiskusi terhadap sesama pengguna *Twitter* lainnya. Tidak hanya itu, *Twitter* juga bisa digunakan untuk mengemukakan pendapat yang sifatnya terbuka, apalagi jangkauannya luas karena dapat menjangkau publik figur, potensi periklanan, serta promosi pada media sosial, juga *Twitter* dapat membantu penyebaran suatu informasi lebih cepat dan terjadilah pembentukan satu topik¹².

Berkembangnya *Twitter* dari tahun ke tahun, sudah tersebar akun-akun yang menggunakan bot dan memfasilitasi penggunaannya untuk menggunakan layanan tersebut. Bot digunakan untuk menjawab secara otomatis tiap-tiap pesan langsung yang masuk¹³. Pesan yang masuk nantinya bisa melakukan postingan otomatis yang akan dijawab oleh para pengikut atau akun yang melayani layanan pesan otomatis oleh bot. Penggunaan bot di *Twitter* pun dinilai berguna, karena tidak semua akun memiliki yang dapat menjawab pertanyaan mereka¹⁴. Pengguna *Twitter* biasa menyebutnya sebagai *autobase*.

Pengguna *Twitter* di Indonesia tidak asing dengan kehadiran layanan pesan otomatis yang dikendalikan oleh bot ini. Masing-masing akun *autobase* memiliki

¹² Yolla Adelia, D., & Christin, M. 2022. Op.Cit. 1113.

¹³ Muhd Ar. Imam Riauan. Salsabila, Z. F. 2022. Virtual Communication Pattern Of *Twitter Autobase* Management (Study Of Sharing Real Life Things Media On @bertanyarl Account). *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 194.

¹⁴ Ibid.

tujuan yang berbeda-beda, seperti @FOODFESS2 dengan tujuan menyebarkan informasi mengenai makanan, untuk berbagi informasi mengenai jenjang sekolah Sekolah Dasar (SD) hingga Sekolah Menengah Atas (SMP), @sbmptnfess untuk berbagi informasi mengenai pelaksanaan Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN), Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN), dan juga Ujian Mandiri (UM) untuk memasuki Perguruan Tinggi Negeri di Indonesia, dan juga @collegemenfess untuk informasi tentang perkuliahan. *Autobase* pun juga tidak hanya sebagai sarana penyebaran informasi, namun juga digunakan untuk berjualan seperti @strayselling yang bertujuan untuk media jual-beli tentang pernak-pernik dari boyband asal Korea Selatan, Stray Kids.



Gambar 1. 4 Profil Akun Twitter Autobase @undipmenfess

Sementara itu, media *autobase* yang ada di Indonesia tidak hanya @collegemenfess saja, tetapi terdapat *autobase* yang mewadahi mahasiswa khusus

universitas. Seperti pada @undipmenfess yang diperuntukkan bagi mahasiswa dan mahasiswi Universitas Diponegoro. Saat ini, *autobase* tersebut memiliki 120 ribu lebih pengikut dengan jumlah diikuti kembali sebanyak 9 ribu lebih akun. Perbedaan dari akun ini adalah untuk @collegemenfess membahas seluruh informasi perkuliahan di seluruh Indonesia, sedangkan @undipmenfess membahas tentang informasi perkuliahan di Universitas Diponegoro.



Gambar 1. 5 Logo Autobase @collegemenfess

Akun *Twitter autobase* @collegemenfess dibangun sejak 2018 dan dikelola admin dengan nama pengguna @RektorColle, yang juga bergabung di *Twitter*. Sampai saat ini, belum diketahui pasti berapa jumlah dari admin @collegemenfess karena mereka masih merahasiakan dari khalayak atau masih tetap bersifat anonim.

Akun *autobase* @collegemenfess memiliki tujuan untuk menyebarkan informasi tentang perkuliahan, baik jenjang Diploma, Sarjana, atau Magister. Nama pengguna @collegemenfess diambil dari *college*, yang berarti perguruan tinggi atau perkuliahan dan *Mention Confession* yang merujuk kepada penggunaan media sosial sebagai

penyaluran perasaan melalui kata-kata¹⁵. Pengguna media sosial biasa menyebutnya dengan *menfess*.



Gambar 1. 6 Layanan Menfess Autobase @collegemenfess

Pada gambar 1.6, Nampak penampikan akun *Twitter* @collegemenfess yang menggunakan bot untuk memposting pesan-pesan yang telah masuk. Kata '[cm]' selalu terdapat di setiap cuitan. Kata itu menjadi pengantar antara akun yang ingin menggunakan jasa bot dari @collegemenfess dan juga akun @collegemenfess. Untuk menggunakan layanan ini, pastikan akun yang digunakan telah diikuti kembali (*follow back*) dan setiap mengirimkan pesan, selalu menggunakan '[cm]' agar pesan dapat otomatis terkirim.

¹⁵ Ulliyah Azmiah. 2021. *Efektivitas Pertukaran Informasi Terhadap Kepuasan Akun Twitter @collegemenfess Skripsi*. 8.

Meskipun *autobase* beroperasi dengan menggunakan bot, namun peran admin menjadi kunci utama dari berdirinya akun *Twitter autobase* ini. Admin memiliki peran untuk membentuk peraturan bagi pengguna dan menjaga akun tersebut dari orang-orang yang menyalahgunakan fitur pesan otomatis melalui bot tersebut.

Nama pengguna @RektorColle menjadi admin dari @collegemenfess. Kerap disapa dengan sebutan 'Rektor', @RektorCollege memiliki tugas seperti membuat peraturan untuk menggunakan fitur @collegemenfess, mengaktifkan bot, dan menjaga ketertiban dari @collegemenfess agar tetap sesuai dengan peraturan yang dibuat oleh mereka.



Gambar 1. 7 Peraturan @collegemenfess



Gambar 1. 8 Pemantauan followers dan following @collegemenfess (28 September 2022 – 4 Oktober 2022)

Hingga 28 September 2022, akun *Twitter autobase* @collegemenfess sudah memiliki pengikut sebanyak 1,029,317 dan mengikuti kembali (*following*) sebanyak 51,471 pengguna. Setelah melakukan pemantauan selama satu minggu, pada 4 Oktober 2022, akun *Twitter autobase* @collegemenfess telah mengalami peningkatan pengikut.

Total pengikut pun sudah memiliki sebanyak 1,034,839 dan mengikuti kembali (*following*) sebanyak 52,716 pengguna. Terjadi peningkatan sebanyak 5,522 pengguna yang mengikuti (*follow*) akun @collegemenfess. Akun @collegemenfess juga telah mengikuti kembali (*follow back*) sebanyak 245 pengguna.



Gambar 1. 9 Penggambaran Tujuan Akun Twitter @collegemenfess

Sasaran utama pengguna jasa akun ini adalah mahasiswa di seluruh Indonesia. Karena tujuan dari admin @collegemenfess yang ingin untuk *sharing* mengenai perkuliahan di Indonesia, diketahui melalui bio dari *Twitter* mereka “Tempat nongkrong dan diskusi mahasiswa.”. Pada tahun 2020, @collegemenfess pun mengunggah sebuah cuitan atau *tweet* yang berisikan bahwa jasa *autobase* atau pesan otomatis ini diperuntukkan untuk mahasiswa¹⁶.

¹⁶ Collegemenfess. 1. Diakses pada 6 Oktober 2022 di <https://Twitter.com/collegemenfess/status/1240573955590606853?t=ARxFOUj65WSLwpzjL-GEYg&s=19>



Gambar 1. 10 Salah satu followers @collegemenfess memilih bertanya ke @collegemenfess

Kehadiran @collegemenfess sebagai media informasi perkuliahan pun menjadikan adanya fenomena di mana mahasiswa memilih untuk bertanya melalui @collegemenfess. Dengan tweet berbunyi, “[cm] Sender baru semester 1 trs bingung ini nilainya berarti yg mana yaa? Hshshs kaget jelek bgt cuman 7,4 jadi takut ngomong ortu. Kakak kakak tolong pencerahannya”, tweet tersebut sukses mendapati banyak *reply*, *retweet*, dan *juga likes*. Melihat fenomena ini, tentu menjadi alasan masalah pada penelitian, di mana mahasiswa lebih memilih untuk menggunakan @collegemenfess dibandingkan melihat ke buku panduan akademik. Apakah memang kehadiran @collegemenfess benar-benar bisa dikatakan sebagai media informasi perkuliahan bagi mahasiswa atau tidak.

Melihat *Twitter autobase @collegemenfess* yang memiliki 1 juta lebih pengikut serta aktivitas internet digunakan untuk keperluan akademis mencapai 39,5%, peneliti tertarik meneliti mengenai pemanfaatan akun *autobase @collegemenfess* serta alasan dibalik mahasiswa memilih untuk menggunakan layanan *menfess* pada akun ini. Sehingga, penulis tergerak untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial *Twitter Autobase @collegemenfess* Sebagai Media Informasi Perkuliahan Pada *Followers*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan, penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan *Twitter autobase @collegemenfess* untuk menjadi media yang memberikan informasi terkait perkuliahan bagi *followers*?
2. Apa alasan *followers* mengikuti (*follow*) *Twitter autobase @collegemenfess* sebagai media informasi mengenai perkuliahan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun peneliti memiliki tujuan penelitian dalam melaksanakan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *Twitter autobase @collegemenfess* sebagai media informasi mengenai perkuliahan di Indonesia.
2. Untuk mengetahui alasan *followers* memilih *Twitter autobase @collegemenfess* sebagai sumber informasi mengenai perkuliahan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun peneliti memiliki manfaat penelitian, baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai bahan sumbangan pemikiran, masukan, serta perbandingan untuk melakukan kaji ulang masalah dalam lingkup ilmu komunikasi.

2. Kegunaan Praktis

- a. Sebagai informasi kepada pembaca untuk mengetahui hasil penelitian mengenai “Pemanfaatan Media Sosial *Twitter Autobase @collegemenfess* Sebagai Media Informasi Perkuliahan Pada yang Berstatus Mahasiswa”.
- b. Sebagai harapan untuk menjadi masukan terhadap pihak pengurus dari *Twitter autobase @collegemenfess*.
- c. Sebagai referensi ilmiah yang dapat digunakan untuk kepentingan objeknya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Menjelaskan penelitian terdahulu yang relevan dijadikan bahan acuan

dalam penelitian, menguraikan kerangka konsep, dan juga memuat kerangka pemikiran.

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

Memaparkan pendekatan dan metode penelitian yang dilakukan, menjelaskan informan yang dibutuhkan, menjelaskan teknik pengumpulan data, menjelaskan teknik analisis data, dan memaparkan jadwal penelitian

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Memaparkan hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan

BAB V PENUTUP

Memaparkan kesimpulan dari penelitian dan saran-saran.

