

**Pengaruh Penggunaan akun Twitter @AREAJULID terhadap Sikap
Pengguna Twitter terkait Kasus Rachel Vennya
(Studi pada Followers @AREAJULID)**

(Skripsi)

Oleh

I KETUT PRANATA U.B.



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

**Pengaruh Penggunaan akun Twitter @AREAJULID terhadap Sikap
Pengguna Twitter terkait Kasus Rachel Vennya
(Studi pada Followers @AREAJULID)**

Oleh:

I KETUT PRANATA U.B

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN AKUN TWITTER @AREAJULID TERHADAP SIKAP PENGGUNA TERKAIT KASUS RACHEL VENNYA (Studi pada *followers* @AREAJULID)

Oleh:

I KETUT PRANATA U.B.

Di era komunikasi saat ini, teknologi sangat erat kaitannya dengan Internet. Adanya new media atau media baru memberikan perubahan pada aspek kehidupan dengan menyamakan adanya keterbatasan ruang dan waktu. Media sosial salah satu media baru yang memberikan kemudahan bagi pengguna (users) dalam hal berbagi informasi, menciptakan sebuah konten. Salah satu media sosial yang banyak dinikmati adalah aplikasi Twitter. Mayoritas pengguna menggunakan Twitter dikarenakan mereka ingin mengetahui tentang berita terkini yang terjadi. Selanjutnya mereka tidak ingin tertinggal informasi, ada juga yang menggunakan hanya untuk mengisi waktu luang, hingga untuk mengikuti *trending topics* yang ada. Salah satu topik yang ramai dibicarakan adalah kasus Rachel Vennya yang tidak menjalani masa karantina setelah pulang dari luar negeri. Hal ini dapat ditemukan dalam akun Twitter @AREAJULID dan menimbulkan beragam sikap dari pengguna Twitter. Penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan akun Twitter @AREAJULID terhadap sikap pengguna terkait kasus Rachel Vennya (studi pada *followers* @AREAJULID). Teori yang digunakan adalah teori *stimulus-organisme-respon*. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan sampel berjumlah 100 responden yang ditentukan dengan Rumus Slovin. Berdasarkan perhitungan dengan uji T menyatakan variabel X berpengaruh sebesar 60,3% terhadap variabel Y, sedangkan sisanya 39,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hipotesis yang diajukan diterima dengan dibuktikan nilai T hitung = 12.192 > T tabel = 1,660. Indikator dalam penggunaan akun Twitter @AREAJULID yang paling berpengaruh adalah atensi sedangkan indikator yang paling besar mempengaruhi sikap pengguna adalah efek kognitif dan behavioral.

Kata kunci: @AREAJULID, Rachel Vennya, Sikap Pengguna, Terpaan Media, Twitter

ABSTRACT

THE EFFECT ON THE USE OF @AREAJULID TWITTER ACCOUNT ON USERS ATTITUDE IN RACHEL VENNYA CASE (Study on @AREAJULID followers)

By:

I KETUT PRANATA U.B

Nowadays, technology is closely related to the Internet. The existence of new media provides changes and one of them is disguising the limitations of space and time. Social media is one of the new media that makes it easy for users in terms of sharing information and creating content. One of the most-used social media nowadays is Twitter. Everyone who has a Twitter account mainly because they want to know about the latest trending and what really happen around the world. Furthermore, they don't want to be left behind, there are also those who use it just to fill their free time. One topic that has been widely discussed is the case of Rachel Vennya, who did not do a quarantine procedures after returning from abroad. One of The Twitter account that also opened up about this case is @AREAJULID. It has an impact on it's users attitude. This study aims to determine the effect on the use of @AREAJULID Twitter Account on Users Attitude in Rachel Vennya Case. Researchers determine a theory that is in accordance with the phenomenon namely the SOR (Stimulus-organism-Respon) theory. This study uses a survey method. The sample in this study is at least 100 people who are determined by the Slovin formula. Based on calculations using the T test, it can be seen that the X variable has an effect of 60.3% on the Y variable, while the remaining 39.7% is influenced by other factors that are not examined in this study. The hypothesis is accepted proven by $T_{count} = 12,192 > T_{table} = 1,662$. The most influential indicator in the X variable is attention, while the indicator that has the biggest influence on the Y variable are cognitive and behavioral effects.

Keywords: @AREAJULID, Media Exposure, Rachel Vennya, Twitter, Users Attitude

Judul Skripsi : **PENGARUH PENGGUNAAN AKUN
TWITTER @AREAJULID TERHADAP
SIKAP PENGGUNAAN TWITTER
TERKAIT KASUS RACHEL VENNYA
(Studi pada *Followers @AREAJULID*)**

Nama Mahasiswa : **I Ketut Pranata U.B**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1746031041

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



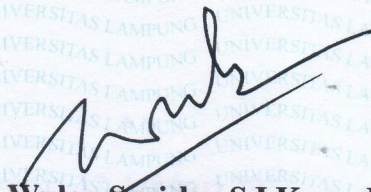
MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**



Fri Rejeki Noviera, S.Kom., M.Si.
NIP. 197211172006042001

2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

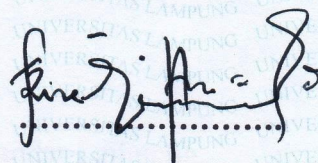


Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 198007282005012001

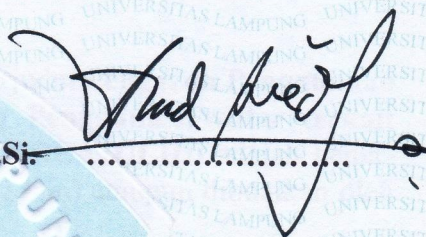
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Fri Rejeki Noviera, S.Kom., M.Si.



Penguji Utama : Ahmad Rudy Fardiyana, S.Sos., M.Si.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 12 Januari 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Ketut Pranata U.B.

NPM : 1746031041

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Alamat Rumah : Jl. Kemuning 1 No. 29⁴C, Pahoman, Bandar Lampung,
Lampung.

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **Pengaruh Penggunaan Akun Twitter @AREAJULID terhadap Sikap Pengguna Twitter terkait Kasus Rachel Venny (Studi pada Followers @AREAJULID)** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 12 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,



I Ketut Pranata U.B

NPM. 1746031041

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap I Ketut Pranata Udayana Bajanta.

Penulis dilahirkan di Kalianda pada tanggal 22 Juni 1999.

Penulis merupakan anak keempat dari enam bersaudara, buah hati dari pasangan I Made Laba Harta dan Ni Made Budirat.

Penulis menyelesaikan pendidikan di SD Fransiskus 2 Bandar Lampung pada tahun 2011, SMP Xaverius 2 Bandar Lampung pada tahun 2014, SMA Xaverius Bandar Lampung pada tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Semasa menjadi mahasiswa, penulis aktif sebagai Anggota *Public Relation* HMJ Ilmu Komunikasi periode 2019/2020. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Jaya Makmur, Tulang Bawang, Lampung pada bulan Januari-Februari 2020 dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Lembaga Bantuan Hukum Bandar Lampung pada divisi Pers pada bulan Maret-Mei 2021.

MOTTO

"Do better than you've been doing."

"Maybe not today, maybe not tomorrow and maybe not the next month. But, only one thing is true.
I'll be Champion one day! I Promise."

(Brandon Moreno)

PERSEMBAHAN

Dengan segenap hati, aku persembahkan karyaku ini kepada Tuhan Yang Maha Esa, dengan rahmat-Nya aku dapat menyelesaikan skripsi ini. Atas kehendak-Nya semua ini aku dapatkan. Atas kekuatan dari-Nya aku bisa bertahan.

Papa dan Mama, Karya ini sebagai tanda bakti Tata untuk Papa dan Mama. Terima kasih atas do'a, kasih sayang, pengorbanan, dan keikhlasannya. Ini hanyalah sedikit balasan yang tidak dapat dibandingkan dengan segala pengorbanan dan kasih sayang yang tidak pernah berakhir.

Terimakasih juga teman-teman serta pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi. Semoga kedepannya, skripsi ini dapat bermanfaat.

SANWACANA

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan anugerah-Nya penelitian dengan judul **Pengaruh Penggunaan Akun Twitter @AREAJULID terhadap Sikap Pengguna Terkair Kasus Rachel Vennya (Studi pada *followers* @AREAJULID)** ini dapat selesai, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang banyak berjasa dalam memberikan do'a, bantuan dan semangat kepada penulis, yaitu:

1. Tuhan YME atas segala berkat, rahmat, hidayah-Nya serta kesehatan dan petunjuk yang selalu Engkau berikan.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
4. Ibu Fri Rejeki Noviera, S.Kom., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih atas segala bimbingan, masukan, dan motivasi yang diberikan kepada penulis selama masa penyusunan skripsi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Ahmad Rudy Fardiyani, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembahas dan Dosen Pembimbing Akademik penulis. Terima kasih telah memberikan waktu serta kritik, saran, dan nasihat positif yang Bapak berikan kepada penulis sehingga penulis tetap semangat dalam menyusun skripsi ini.

7. Seluruh dosen, staff, administrasi, dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis demi kelancaran skripsi ini.
8. Kedua orang tua penulis: Papa (I Made Laba Harta) dan Mama (Ni Made Budirat) yang telah memberi dukungan penuh kepada setiap keputusan Tata. Terima kasih telah memberikan dukungan dan bekerja keras untuk selalu memenuhi segala kebutuhan Tata dari bangku sekolah hingga perkuliahan. Terima kasih Mama yang selalu menghibur Tata di tengah penatnya menjalani masa perkuliahan. Terima kasih teruntuk Papa-ku tercinta yang selalu mendengarkan keluh kesah Tata dan mengingatkan untuk selalu menjadi Laki-laki kuat dan berpendidikan. Semoga Tata bisa selalu membanggakan dan membahagiakan Papa dan Mama. Amin. *I love you both so much.*
9. Adik penulis: I Gede Abijanata Udayana Tantra dan I Made Satya Pradayaka Maheswara yang telah memberikan penulis semangat dan menjadi salah satu alasan penulis untuk selalu berjuang. Semoga kita bisa jadi anak yang berbakti dan membahagiakan kedua orang tua kita ya dek.
10. Kakak penulis: Ni Putu Satya Cipta Wardani, Ni Made Shri Yogi Lestari dan Ni Komang Citra Pita Haristra, serta Kakak Ipar Putu Oza Trisna dan East War Raj yang telah memberikan penulis semangat dan menjadi salah satu alasan penulis untuk selalu berjuang. Semoga kedepannya menjadi anak-anak yang sukses dan membahagiakan kedua orang tua kita ya.
11. Teman-teman seperjuangan penulis “TYTY.CO”: Catur, Hanip, Rama, Pais, Donta, Wisnu, Redi, Danar, Epan, Japar, Tama, Tracy , Reksi, Alex, Bahrul, Amel, Kikay dan Vega. Terima kasih untuk kalian yang telah mewarnai masa perkuliahanku dengan lelucon-lelucon lucu dan keambisan kalian yang tiada duanya. Terima kasih untuk selalu ada disaat penulis membutuhkan kalian dan menjadi salah satu kenangan manis dalam masa perkuliahan. Sampai berjumpa dengan suasana yang berbeda dimana kita semua sudah sukses di bidangnya masing-masing.

12. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung khususnya angkatan 2016, 2017 dan 2018 yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi.
13. Serta untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak.

Bandar Lampung, 12 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,

I KETUT PRANATA U.B

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Secara Teoritis.....	10
1.4.2 Secara Praktis	10
1.5 Kerangka Pikir.....	11
1.6 Hipotesis	13
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Gambaran Umum	16
2.2.1 Akun base @AREAJULID	16
2.3 Media Sosial	18
2.4 Twitter Sebagai Media Informasi	20
2.5 Twitter sebagai Media Penentuan Sikap Pengguna.....	21
2.6 Anonimitas dalam Akun Twitter Autobase.....	23
2.7 <i>Tweet</i> dalam Akun Twitter @AREAJULID	24
2.8 Sikap Pengguna Twitter @AREAJULID terkait Kasus Rachel Venny.....	27
2.9 Teori S-O-R (<i>Stimulus – Organisme – Respon</i>).....	29
III. METODE PENELITIAN.	
3.1 Tipe Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Variabel Penelitian	32
3.4 Definisi Konsep	32

3.5	Definisi Operasional.....	34
3.6	Populasi dan Sampel	40
3.6.1	Populasi.....	40
3.6.2	Sampel.....	40
3.6.3	Tingkat Kesalahan yang Ditoleransi (<i>Margin of Error</i>).....	42
3.7	Jenis dan Sumber Data	43
3.8	Teknik Pengumpulan Data	44
3.9	Teknik Pengolahan Data	45
3.10	Teknik Pemberian Skor	46
3.12	Teknik Pengujian Instrumen	46
3.13	Teknik Analisis Data	49
3.14	Pengujian Hipotesis	50
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Pengujian Instrumen	51
4.1.1	Uji Validitas	51
4.1.2	Uji Reliabilitas	53
4.4.1	Uji Korelasi	79
4.4.2	Uji Regresi Linear Sederhana	81
4.4.3	Koefisien Determinasi.....	82
4.5	Uji Hipotesis.....	83
4.6	Pembahasan Penelitian	84
4.6.1	Penggunaan Akun Twitter @AREAJULID.....	85
4.6.2	Sikap Pengguna Twitter terkait Kasus Rachel Vennya.....	88
4.6.3	Hubungan Variabel X dan Y.....	91
4.6.4	Hubungan penelitian dengan Teori S-O-R.....	94
V. SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	96
5.2	Saran.....	97

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1	14
Tabel 3.1	37
Tabel 3.2	47
Tabel 4.1	52
Tabel 4.2	52
Tabel 4.3	53
Tabel 4.4	54
Tabel 4.5	54
Tabel 4.6	57
Tabel 4.7	57
Tabel 4.8	58
Tabel 4.9	58
Tabel 4.10	59
Tabel 4.11	59
Tabel 4.12	60
Tabel 4.13	60
Tabel 4.14	61
Tabel 4.15	62
Tabel 4.16	62
Tabel 4.17	63
Tabel 4.18	64
Tabel 4.19	65
Tabel 4.20	66
Tabel 4.21	66
Tabel 4.22	67
Tabel 4.23	67
Tabel 4.24	68
Tabel 4.25	68
Tabel 4.26	69
Tabel 4.27	69
Tabel 4.28	70
Tabel 4.29	71
Tabel 4.30	71
Tabel 4.31	72
Tabel 4.32	72
Tabel 4.33	73
Tabel 4.34	74

Tabel 4.35	76
Tabel 4.36.....	76
Tabel 4.37.....	77
Tabel 4.38.....	78
Tabel 4.39.....	80
Tabel 4.40	81
Tabel 4.41	81
Tabel 4.42.....	82
Tabel 4.43.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	2
2. Hal yang dilakukan di Twitter.....	3
3. Akun autobase Twitter @AREAJULID	4
4. Contoh <i>Tweet</i> mengenai Rachel Vennya dalam @AREAJULID	5
5. Contoh Tanggapan <i>Followers</i> @AREAJULID	6
6. <i>Tweet</i> Followers @AREAJULID terkait kasus Rachel Vennya.....	6
7. Contoh tanggapan followers @AREAJULID.....	7
8. Kerangka Pikir	12
9. Akun Twitter @AREAJULID	16
10. Contoh <i>Tweet</i> dalam akun @AREAJULID	18

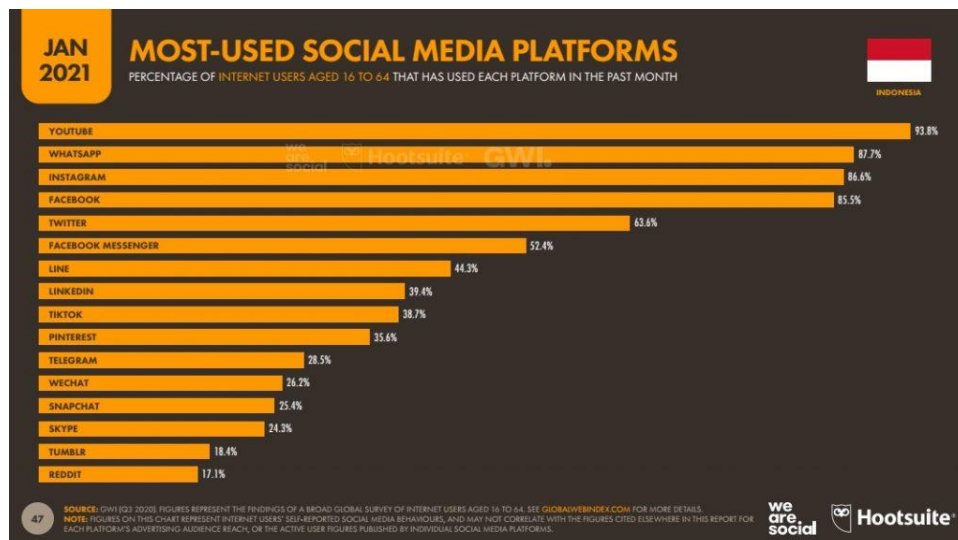
I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era komunikasi saat ini, teknologi sangat erat kaitannya dengan Internet. Perkembangan internet itu sangat mempengaruhi kehidupan sosial serta cara berkomunikasi seseorang. Berdasarkan data dari katadata.co.id per Januari 2022, pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta. Jumlah ini mencakup 73,7% dari total populasi Indonesia. Kehadiran internet di tengah masyarakat memberi sebuah istilah baru yang kita kenal dengan media baru (*new media*). Dengan ciri utama media baru (*new media*) menurut Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011:44), yakni “adanya interaktivitas yang tidak terbatas, akses kesalingterhubungan, adanya khalayak penerima dan pengirim pesan yang tidak bergantung dengan tempat”. Sehingga new media atau media baru memberikan perubahan pada aspek kehidupan dengan menyamakan adanya keterbatasan ruang dan waktu.

Salah satu platform dari media baru yang sering kita gunakan adalah media sosial. Menurut Utari (2011:15), “media sosial memberikan kemudahan bagi pengguna (*users*) dalam hal berbagi informasi, menciptakan sebuah konten, memberikan komentar atau masukan, dan lainnya yang dapat diakses dengan cepat dan tidak terbatas”. Data dari We Are Social & Hootsuite, menyatakan bahwa adanya peningkatan pengguna media sosial di Indonesia sebesar 10 juta (6.3%) antara tahun 2020-2021. Sehingga pada Januari 2021 pengguna media sosial di Indonesia mencapai angka 170 juta pengguna. (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>, diakses pada 11 Februari 2022, pukul 14.35 WIB).

Salah satu media sosial yang banyak dinikmati adalah aplikasi Twitter. Menurut data dari Statista, pengguna Twitter di Indonesia menempati urutan 6 terbesar di dunia. Twitter juga termasuk dalam 5 aplikasi yang sering digunakan di Indonesia dengan presentase 63,6% hal ini sesuai dengan data dari We Are Social and Hootsuite. *Twitter* adalah layanan jejaring sosial dan mikroblog daring 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 dengan "pesan singkat dari Internet".

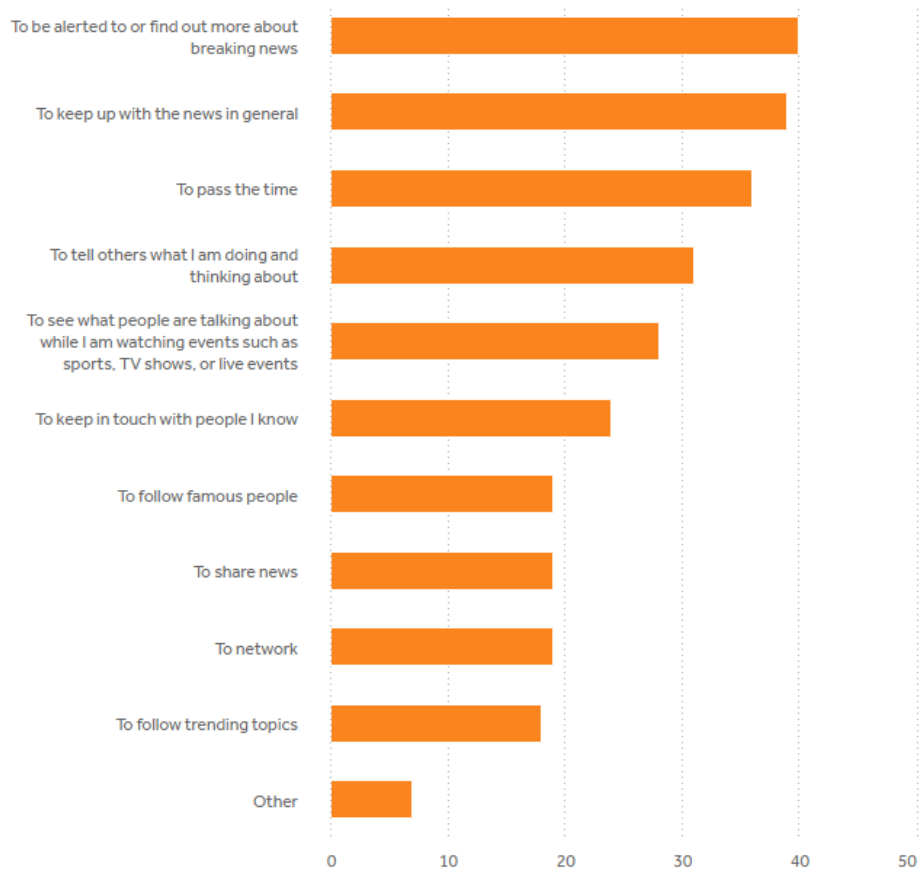


Gambar 1. Jumlah pengguna platform media sosial yang sering digunakan di Indonesia

Menurut databoks, per juli 2021 di Indonesia sendiri pengguna media sosial twitter mencapai 15,7 juta pengguna. Jumlah pengguna ini membuat Indonesia menjadi negara ke 6 dengan pengguna twitter terbesar di dunia. Menurut Hootsuite 2021, mayoritas pengguna twitter di Indonesia adalah mereka yang berusia 16-24 tahun. Dengan banyaknya pengguna Twitter tersebut menimbulkan banyaknya *Tweet* yang diposting setiap harinya. Menurut data dari Statista setiap harinya terdapat sebanyak 500 juta *Tweet* yang diposting dari para penggunanya. Para pengguna Twitter menurut penelitian dari American

Press Institute melakukan beberapa hal dalam aplikasi tersebut. Hal tersebut leluasa dilakukan oleh penggunanya karena Twitter merupakan media sosial yang memiliki karakteristik dalam *user-generated content* (UGC).

Dapat ditelaah bahwa kekuatan *user-generated content* (UGC) dimiliki pada media sosial. Hal tersebut ditandai dimana konten dalam media sosial dihasilkan oleh pengguna, tidak seperti pada instansi media massa yang kontennya dihasilkan oleh editor. Ada dua aktivitas penting dalam penggunaan *user-generated content* (UGC), membuat konten dan membagikan konten kepada pengguna lainnya secara online. Menurut American Press Institute, dalam hal ini, ada beberapa hal yang dilakukan pengguna Twitter dalam menggunakan aplikasinya:



Gambar 2. Hal yang dilakukan dalam aplikasi Twitter

Dari data tersebut diketahui bahwa mayoritas pengguna menggunakan Twitter dikarenakan mereka ingin mengetahui tentang berita terkini yang terjadi. Selanjutnya mereka tidak ingin tertinggal informasi, ada juga yang menggunakan hanya untuk mengisi waktu luang, hingga untuk mengikuti *trending topics* yang ada. Karena banyaknya jumlah pengguna dan alasan mereka menggunakan Twitter ini sangat bermacam-macam sehingganya muncullah beragam akun dalam media sosial twitter ini. Fenomena yang saat ini sedang marak terjadi di *Twitter* adalah akun berbentuk base atau disebut autobase twitter.

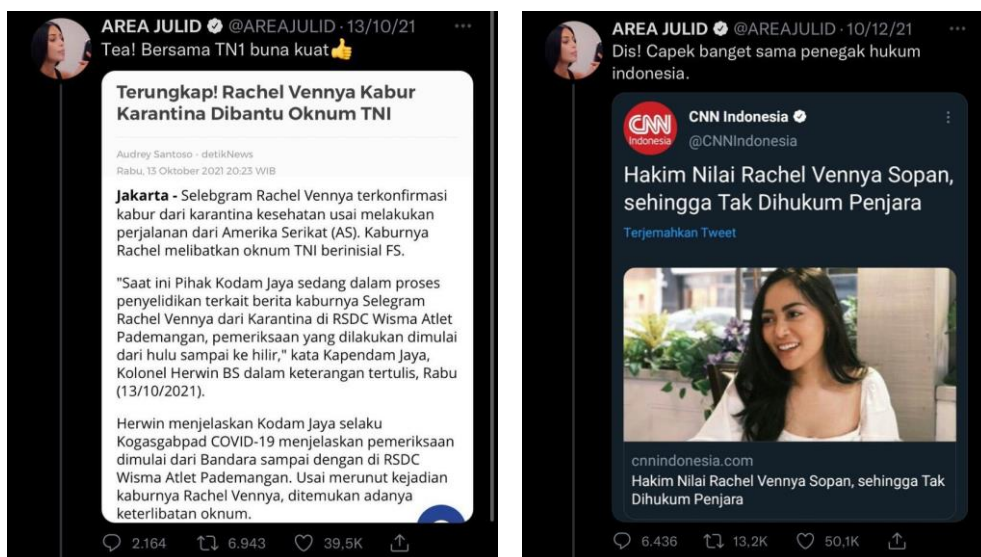
Autobase berasal dari kata “*Automatic*” dan “*Fanbase*” yang berfungsi sebagai wadah bagi *followers*nya untuk mengirim pertanyaan dengan beragam topik dan bersifat *anonym* melalui *Direct Message* (Agoestin, 2019). Lewat akun berbasis base ini, pengguna twitter dapat mengirim *Tweet* apapun secara *anonym* atau tanpa nama sesuai dengan jenis base-nya, seperti base khusus membahas topik seputar makanan, kecantikan, base membahas seputar artis kesukaan mereka, atau bahkan base mengenai isu sosial dan base khusus untuk pertanyaan, dimana para *followers* dapat menanyakan pertanyaan apapun. Hadirnya akun autobase ini memfasilitasi motivasi pengguna menggunakan media sosial Twitter khususnya dalam pemenuhan informasi mereka mengenai *trending topics*, *breaking news*, hingga sekedar membagikan pikiran mereka dan kegiatan mereka.



Gambar 3. Akun autobase Twitter @AREAJULID

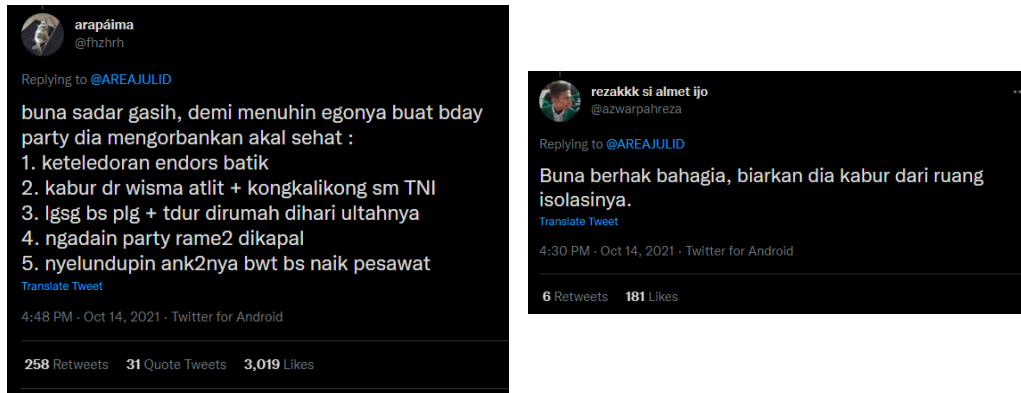
Salah satu *autobase* yang cukup populer dan sering dimanfaatkan oleh pengguna twitter di Indonesia untuk berdiskusi mengenai beragam topik adalah akun @AREAJULID. Hingga saat ini per-Februari 2022, akun @AREAJULID telah meng-*Tweet* sebanyak 47,2 ribu kali dan mempunyai 2 juta followers sejak di buat pada November 2017. Melalui akun ini para pengguna dapat bertanya dan berdiskusi mengenai berbagai jenis topik kepada para pengikut yang lain, dari pertanyaan yang bersifat umum seperti menanyakan tempat membeli suatu barang, seputar tugas kuliah dan lain-lain. Bahkan pertanyaan yang bisa dikatakan private atau bersifat tabu jika di tanyakan ke khalayak umum.

Topik yang sempat ramai dibicarakan pada akhir tahun 2021 lalu adalah kasus kasus Rachel Vennya yang kabur dan tidak menjalani karantina sesuai pulang dari luar negeri khususnya Amerika Serikat. Dalam akun @AREAJULID terdapat *Tweet* yang berisikan sindiran terhadap Rachel Vennya yang tidak menjalani karantina, *anonym* atau pengirim *Tweet* ini memberikan informasi lebih lanjut mengenai kasus tersebut kepada *followers* @AREAJULID sehingga para *followers* pun tertarik untuk membicarakan topik tersebut.



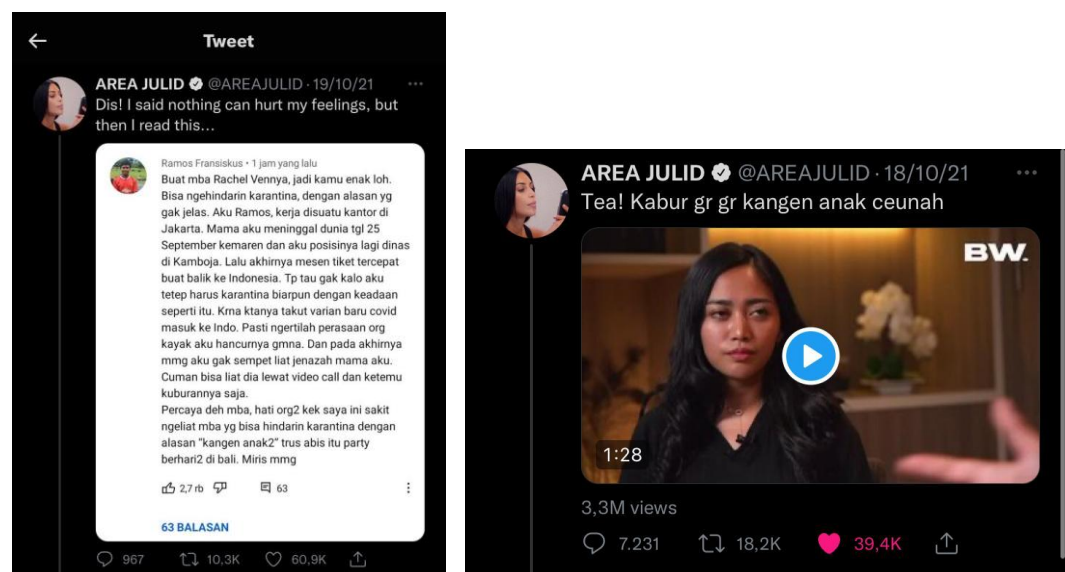
Gambar 4. Contoh *Tweet* mengenai Rachel Vennya dalam autobase @AREAJULID

Di dalam *Tweet* kasus Rachel Vennya itu, terdapat *followers* @AREAJULID yang membalas dengan pendapat mereka terkait kasus tersebut. Dan tak jarang pula ditemui mereka yang menyindir perilaku Rachel tersebut. berikut merupakan beberapa komentar atau sindiran dari *followrs* @AREAJULID:



Gambar 5. Contoh tanggapan *followers* @AREAJULID

Selain *Tweet* mengenai sisi hukum terkait kasus Rachel Vennya ini, ternyata terdapat beberapa *Tweet* yang juga menyindir Rachel Vennya di sisi keluarga. Mereka mengatakan bahwa kaburnya Rachel venya tersebut dikarenakan ia sangat rindu dengan anak-anaknya.



Gambar 6. *Tweet followers* @AREAJULID terkait kasus Rachel Vennya

Sehingganya akibat dari pernyataan Rachel tersebut, ada beberapa *followers* yang menanggapi dengan membandingkan nasib Rachel dengan kehidupan *followers* lainnya.



Gambar 7. Contoh tanggapan *followers* @AREAJULID

Berbagai tanggapan dari warganet tentang *Tweet* mengenai “Kaburnya Rachel Venny dari Karantina” menunjukkan sikap yang beragam macam bentuknya. Dari yang hanya membantu *reTweet* dan *likes* agar utas tersebut viral, bantu *share* lewat media sosial lain, mejuar kebencian, membandingkan dengan situasi individu lain, bahkan adapula yang membela tindakan Rachel tersebut. Sikap merupakan suatu pola perilaku, kesiapan antisipatif, dan predisposisi untuk menyesuaikan diri dalam situasi sosial, atau secara sederhana, sikap adalah respons terhadap stimuli sosial yang telah terkondisikan. (Azwar, 2013).

Munculnya beragam sikap tersebut disebabkan oleh kekuatan Twitter sebagai corong berita media konvensional. Maka dari itu, tidak heran jika opini publik mudah terbentuk dan kerap kali dijumpai dalam media sosial Twitter (Sultan, 2022: 155-164). Berbagai tanggapan dari warganet

tentang *Tweet* kasus Rachel Vennya menunjukkan sikap yang beragam macam bentuknya. Dari yang hanya melakukan *reTweet* dan likes, share melali media sosial lain, dan bahkan memberikan rasa kekecewaan hingga memblokir sosial media Rachel Vennya.

Untuk memfokuskan penelitian, peneliti memilih *Tweet* atau *Tweet* mengenai kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina ini dimulai dari periode bulan Oktober-Desember 2021. Periode ini dipilih karena pada akhir tahun itu lah kasus ini sedang ramai diperbincangkan karena kepulangan Rachel Vennya dari Amerika Serikat. Pada saat itu pemerintah mengharuskan bagi masyarakat yang datang dari Luar Negeri untuk melakukan karantina selama 14 hari. Seperti yang kita ketahui *Coronavirus disease-19* atau Covid-19 disebabkan oleh sindrom pernapasan akut Coronavirus 2 (severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 atau SARS-CoV-2). Penyakit ini termasuk kedalam penyakit yang mudah menular melalui droplet orang yang batuk, udara dan juga permukaan yang telah terkontaminasi virus Corona (Atmadja, 2020). Masa pandemi covid-19 memberikan dampak pada masyarakat. Dampak dalam psikologis yaitu kecemasan karena virus sangat cepat menular dari orang yang sakit ke orang yang sehat (Fitria & Ifdil, 2020).

Untuk menghindari agar tidak terjangkit virus ini, masyarakat dihimbau untuk menghindari keramaian dan mengikuti protocol Kesehatan. Hal ini berdasarkan Keppres No 11 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat Corona Virus Disease 2019 pada poin kesatu Covid-19 sebagai penyakit yang menimbulkan kedaruratan Kesehatan dalam masyarakat. Berdasarkan Keppres 12 tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Nonalam Penyebaran Corona Virus Disease 2019 sebagai Bencana Nasional yang ditetapkan oleh Presiden pada tanggal 13 April 2020.

Peraturan yang ada serta ketakutan masyarakat akan efek yang ditimbulkan dari Covid-19 ini tentunya menimbulkan kecemasan bagi sebagian masyarakat Indonesia. Faktor yang berlebihan ini akan mempengaruhi sikap seseorang dalam menghadapi pandemic Covid-19 (Setiawan, 2020). Namun hal tersebut tidak dihiraukan oleh *influencer* Instagram Rachel Vennya dan

kawan-kawannya. Dikutip dari laman Tribunnews.com, Rachel Vennya tidak menjalani karantina dikarenakan dirinya pergi merayakan hari ulang tahunnya di Bali bersama rekan-rekannya. Tentunya hal tersebut menimbulkan beragam respon dari netizen, khususnya mereka yang merupakan pengikut akun base @AREAJULID.

Sehingganya dari hal tersebut dapat dilihat bahwa Twitter merupakan salah satu dari media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat untuk membagikan informasi, cerita, kegiatan dan emosi-emosi yang mereka rasakan. karena ia berani menceritakan kronologinya. Inilah yang menarik perhatian peneliti untuk melakukan penelitian ini. Dengan menjadikan Twitter dan kalangan minelial sebagai media dan subjek untuk dikaji.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, maka fokus teori komunikasi yang digunakan pada penelitian ini adalah teori S-O-R yang merupakan singkatan dari Stimulus-Organism-Response ini semula berasal dari psikologi. Kemudian menjadi salah satu teori komunikasi karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afektif, dan konasi (Effendy P. O., 2003). Teori ini dipakai untuk mengetahui respons yang merupakan reaksi balik dan invidu ketika menerima stimulus dari media Twitter. Respons tersebut merupakan dorongan atau rujukan untuk mempengaruhi sikap seseorang setelah membaca *Tweet* dari akun @AREAJULID terkait kasus Rachel Vennya yang tidak melakukan karantina.

Berdasarkan hal-hal di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan menganalisis sikap *followers* @AREAJULID dalam merespon *Tweet* di akun @AREAJULID terkait kaburnya Rachel Vennya dari karantina tersebut. Sehingganya judul dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Penggunaan Akun Twitter @AREAJULID terhadap Sikap Pengguna Twitter terkait Kasus Rachel Vennya (Studi pada Followers @AREAJULID)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan penelitian adalah seberapa besar pengaruh penggunaan akun twitter @AREAJULID terhadap sikap pengguna twitter terkait kasus Rachel Vennya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan akun twitter @AREAJULID terhadap sikap pengguna twitter terkait kasus Rachel Vennya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut:

1.4.1 Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan pada kajian bidang ilmu komunikasi khususnya dalam bidang *new media* serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Secara Praktis

a. Bagi Pihak Lain

Diharapkan memberikan gambaran dan acuan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan pokok permasalahan yang sama mengenai sikap pengguna Twitter dalam merespon kasus Rachel Vennya, serta bagi masyarakat lain diharapkan mampu menjadi sumber informasi mengenai keberpengaruhan media sosial dalam mempengaruhi pandangan khalayak terkait suatu hal.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai sarana untuk berlatih berpikir secara ilmiah, berguna mengembangkan pengetahuan, dan mencoba menganalisis

data yang diperoleh guna memecahkan masalah yang berkaitan dengan analisis sikap pengguna Twitter dalam merespon konten anonim, serta sebagai bahan pembuatan skripsi untuk salah satu syarat guna meraih gelar sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

1.5 Kerangka Pikir

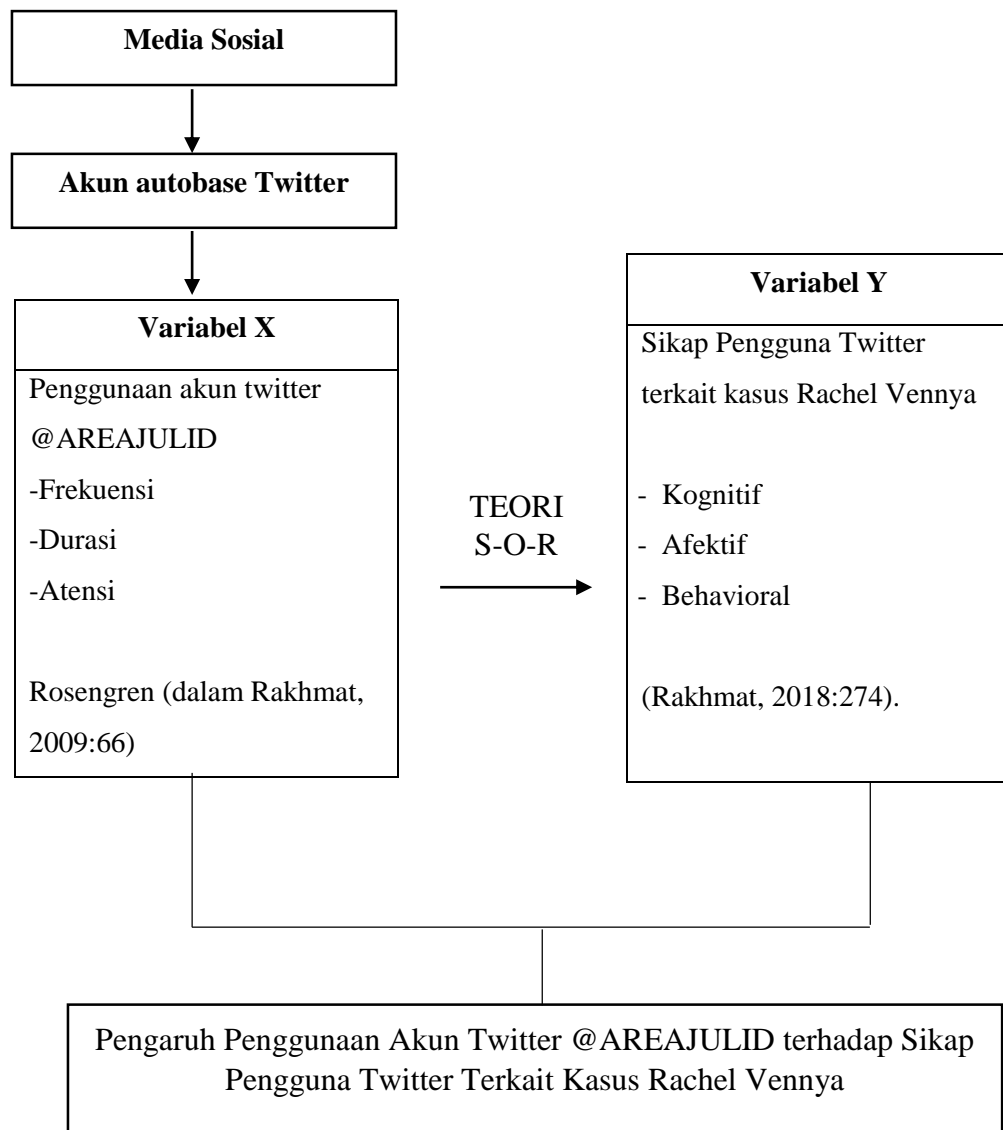
Kerangka pikir merupakan sebuah rangkain pemikiran peneliti terkait dengan judul penelitian yang diangkat. Kerangka pikir di bawah ini menggambarkan alur penelitian yang dimaksud oleh peneliti. Berdasarkan kerangka pikir yang dibuat, penelitian ini mengambil variabel X berupa penggunaan akun twitter @AREAJULID terkait kasus Rachel Vennya. Adapun indikator dari *Tweet* akun twitter @AREAJULID adalah frekuensi, durasi, atensi. Variabel Y dalam penelitian ini adalah sikap pengguna twitter (*followers @AREAJULID*). Adapun indikator untuk variabel Y adalah kognisi, afeksi, dan behavioral.

Penelitian ini berkaitan dengan pengaru penggunaan sosial media, yakni Twitter. Semakin umum penggunaan Twitter untuk tujuan tertentu, muncul fenomena akun auto base yang memanfaatkan layanan bot. Auto base merupakan sebuah akun yang memfasilitasi pengguna Twitter untuk mengirimkan pesan ataupun twit secara anonim. Akun Twitter auto base ini menerapkan pengaturan tidak menerima DM dari pengguna Twitter yang tidak masuk daftar following. Dalam artian, untuk berhasil mengirimkan pesan melalui DM, akun pengguna Twitter dan akun Twitter auto base tersebut harus saling follow. Akun auto base biasa juga disebut akun menfess, singkatan dari mention dan confess.

Pada dasarnya, interaksi media sosial memberikan peluang besar bagi individu untuk merespon konten-konten yang ada di dalamnya. Respon yang diberikan pengguna media sosial juga berbeda-beda yaitu berupa efek kognitif yang terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan pada transmisi pengguna terhadap pengetahuan,

keterampilan dan juga kepercayaan. Efek lainnya yaitu afektif yang timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek terakhir yaitu behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati dari pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku (Rakhmat, 2018:274).

Berikut merupakan kerangka pikir untuk penelitian yang akan dilakukan:



Gambar 8. Kerangka Pikir Hasil olah peneliti, 2022

Pada kerangka pikir tersebut objek penelitian penulis adalah akun @AREAJULID yang berisikan menfess terkait suatu topik yang ramai dibincangkan, dan salah satunya adalah kasus Rachel Vennya yang tidak menjalani masa karantina. Oleh karena itu, terdapat landasan teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini. Landasan teori yang peneliti gunakan adalah teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Respon). Dalam teori ini, media massa dinilai begitu kuat dalam mempengaruhi komunikasi, teori S-O-R mengilustrasikan seperti apa proses rangsangan sehingga seseorang mampu memberikan respon. Asumsi dasar dalam teori ini yaitu media massa mampu memunculkan dampak yang langsung, segera, dan terarah kepada komunikasi.

1.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau pernyataan sementara terhadap permasalahan penelitian. Pernyataan ini berlaku sementara sampai dilakukannya penelitian dan pengumpulan data untuk membuktikan pernyataan tersebut. Sehingga perlu dilakukan tahap uji terlebih dahulu untuk menetapkan atau mengetahui kebenaran suatu permasalahan (Arikunto, 2006: 71). Maka, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh penggunaan akun twitter @AREAJULID terhadap sikap pengguna twitter terkait kasus Rachel Vennya.

H_a = Terdapat pengaruh penggunaan akun twitter @AREAJULID terhadap sikap pengguna twitter terkait kasus Rachel Vennya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai acuan dan tolok ukur sehingga mempermudah peneliti dalam proses penyusunan juga menyelesaikan penelitian. Selain itu, penelitian terdahulu juga berfungsi untuk mengetahui apakah penelitian yang serupa telah diteliti. Peneliti menggunakan penelitian terdahulu yang relevan meskipun terdapat perbedaan dalam sudut pandang, namun penelitian terdahulu membantu peneliti dalam menghindari duplikasi atau pengulangan kesalahan pada penelitian yang dilakukan sebelumnya. Berikut penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

1	Penelitian	Ika Hikmah Mualida, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Tahun 2020.
	Judul Penelitian	Kepercayaan Dan Sikap Pengguna Twitter Dalam Merespon Konten Akun Twitter Anonim (Studi Etnografi Virtual Pada Replies Akun Twitter @Askmenfess).
	Metode dan Tipe Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan etnografi virtual. Data penelitian diperoleh melalui dokumentasi, observasi partisipan, dan wawancara semistruktur.
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan (1) Pengguna Twitter merespon konten anonim selayaknya berkomunikasi dengan individu biasa secara aspatial, asynchronous, dominan melalui medium teks, dan tidak terkendala oleh identitas sosial antar pengguna, (2) Respon pengguna Twitter dipengaruhi oleh faktor situasional, kepentingan personal, kemampuan, motivasi, keinginan, adanya

		perasaan, rasa ingin memiliki, merasa wajib, dan merasa diperkenankan.
	Perbandingan	Pada penelitian Ika Hikmah Mualida yang diteliti adalah kepercayaan dan sikap pengguna twitter merespon akun @askmenfess. Sedangkan, pada penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada sikap pengguna twitter merespon akun @AREAJULID.
	Persamaan	Membahas mengenai respon pengguna terhadap konten anonim di twitter.
	Kontribusi Penelitian	Peneliti mendapat referensi lebih jauh mengenai respon pengguna terhadap konten anonim di twitter.
2	Penelitian	Annisa Husnusyifa, Jurusan Ilmu Komunikasi, UNISBA
	Judul Penelitian	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar (Studi Pada Media Sosial Twitter @BTOBIndonesia Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar)
	Metode dan Tipe Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal komparatif. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Positivisme.
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian mendapatkan bahwa ada hubungan antara variabel Penggunaan Media Sosial Twitter (X) dengan Sikap Fanatisme Penggemar (Y) hal tersebut dapat ditunjukkan melalui uji t diketahui bahwa thitung dari konstanta adalah 2.731 lebih besar dari t-tabel 1.985. Berdasarkan analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa bahwa 36.1% sikap fanatisme penggemar (Y) dipengaruhi oleh variabel kebutuhan, frekuensi (X1) dan durasi (X2). Sedangkan sisanya yaitu 63.9% (100% - 36.1%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
	Perbandingan	Penelitian ini meneliti tentang sikap fanatisme, sedangkan penulis meneliti tentang sikap <i>followers</i> secara kognitif, afektif, dan behavioral.
	Persamaan	Persamaan penelitian adalah sama sama membahas sikap pengguna dari pemakaian media sosial twitter.
	Kontribusi Penelitian	Peneliti mendapat referensi lebih jauh mengenai penggunaan twitter dan respon pengguna yang dihasilkan.
3	Penelitian	Kahasan Tholabi, Komunikasi dan Penyiaran, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Tahun 2019.
	Judul Penelitian	PENGARUH INTENSITAS MENGAkses AKUN TWITTER MUHAMMADIYIN GARIS LUCU

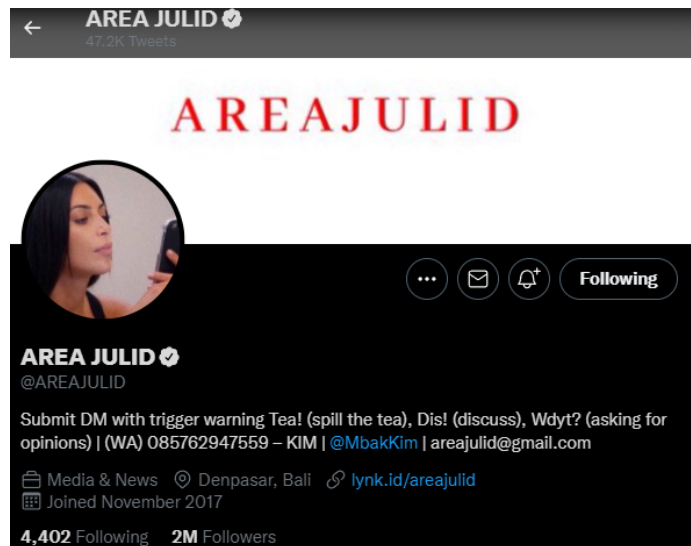
		@Muhammadiyah TERHADAP PERSEPSI FOLLOWERS TENTANG MUHAMMADIYAH
Metode dan Tipe Penelitian		Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif, dengan metode analisis Chi Square atau kai kuadrat dimana teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.
Hasil Penelitian		Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan menunjukkan hasil analisis chi square atau kai kuadrat 25,46 dan nilai derajat kebebasan 3,841. Artinya terdapat korelasi yang signifikan antara mengakses akun twitter Muhammadiyah garis lucu dengan persepsi tentang Muhammadiyah, karena $25,46 > 3,841$. Dari perhitungan didapat koefisien kontingensi sebesar 0,447. Maka dapat disimpulkan hubungan antara dua variabel cukup. Hal ini menunjukkan bahwa adanya faktor lain yang juga mempengaruhi persepsi follower tentang Muhammadiyah. Karena 0,447 masuk kriteria 0,400-0,599 yaitu kriteria cukup
Perbandingan		Dalam penelitian ini memfokuskan pada intensitas penggunaan, namun penulis berfokus pada <i>Tweet</i> yang ada pada akun twitter.
Persamaan		Kedua penelitian sama-sama membahas mengenai penggunaan media sosial Twitter.
Kontribusi Penelitian		Peneliti mendapat referensi lebih jauh mengenai penggunaan twitter dan respon pengguna yang dihasilkan.

Sumber: diolah peneliti dari berbagai sumber

2..2 Gambaran Umum

2.2.1 Akun base @AREAJULID

Akun @AREAJULID merupakan akun auto base biasa juga disebut akun menfess, singkatan dari mention dan confess. Istilah menfess populer di kalangan pengguna Twitter roleplayer. Autobase berasal dari kata “Automatic” dan “Fanbase” yang berfungsi sebagai wadah bagi followers nya untuk mengirim pertanyaan sesuai topik dan bersifat anonym melalui Direct Message (Agoestin, 2019). Akun base @AREAJULID memiliki followers sebanyak 2 Juta per tanggal 17 Februari 2022 pukul 10.58 WIB.



Gambar 9. Akun Twitter @AREAJULID

Pada bio akun Twitter ini tertulis penjelasan mengenai jenis menfess yang bisa dikirimkan melalui akun tersebut secara anonim. Ketika pengikut @AREAJULID ingin berdiskusi mengenai suatu topik maka mereka dapat mengirimkannya dengan format Dis!. Lalu ketika mereka ingin menanyakan opini pengguna lain terhadap sesuatu maka dapat menggunakan format Wdyt? Dan untuk mereka yang ingin memberikan suatu informasi atau menanyakan suatu topik yang masih dipertanyakan kebenarannya maka dapat menggunakan format Tea!. Berikut merupakan beberapa contoh kicauan dari akun @AREAJULID yang menggunakan beragam format tersebut.



Gambar 10. Contoh *Tweet* dalam akun @AREAJULID

2.3 Media Sosial

Salah satu *platform new media* (media baru) yang kehadirannya membawa peranan penting adalah media sosial. Media ini digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual, dimana mereka berupaya menciptakan tatanan masyarakat baru dimana penggunanya saling terhubung satu dengan yang lainnya tanpa adanya jarak pembatas. Komunikasi yang terjalin dalam media sosial merupakan komunikasi dua arah. Dengan kata lain, pengguna media sosial dimudahkan dalam hal berpartisipasi menciptakan dan berbagi pesan, baik itu dalam bentuk blog, wiki, jejaring sosial, hingga forum-forum online *virtual worlds* (Fahlepi, 2017:16).

Karjaluoto (2008:4) membagi media sosial menjadi 6 bentuk, antara lain sebagai berikut :

1. Blog (*blogs or web blogs*), digunakan sebagai media tulis bagi mereka yang ingin memperlihatkan tulisan mereka, baik secara individual atau kelompok. Selain itu terdapat juga kolom komentar bagi para pembaca yang ingin menanggapi tulisan tersebut. Blog menyediakan perspektif dari topik tertentu yang terjaga keutuhan dan keasliannya.
2. Forum (*Forums*), para pengguna dapat membuat sebuah topik dan atau mengomentari topik yang terdapat dalam situs forum. Biasanya topik yang dibahas dalam forum tersebut tidak dibatasi, namun pengguna dapat memilih topik secara khusus mana yang ingin dibahas dan dikomentari sesuai dengan ketertarikan penggunanya (*users*). Contohnya seperti Quora.
3. Komunitas Konten (*content communities*), merupakan situs yang dapat digunakan membuat dan atau menyebarkan konten. Konten yang dibuat dan disebarakan dapat berupa video ataupun foto, yang berisikan cerita, pengalaman, maupun hanya konten hiburan biasa. Biasanya situs ini menyediakan fitur pemilihan (*voting*) untuk konten yang disukai oleh penggunanya sehingga isi konten tergantung dengan relevansi yang ditentukan. Contoh situs ini yang sedang banyak digemari oleh remaja adalah aplikasi TikTok.
4. Dunia virtual (*virtual worlds*), menimbulkan ilusi bagi penggunanya, para pengguna dibuat seolah-olah mereka berada di dunia yang nyata dan dapat berinteraksi satu sama lain. Namun, dunia tersebut hanya sekedar dunia virtual dalam internet dan penggunanya tak berada di satu tempat yang sama. Contoh situs dunia virtual adalah *game online*, pengguna dibuat seakan mereka harus menyelesaikan misi-misi dan berjuang bersama *users* lainnya.
5. Wikis, yaitu situs penghasil dokumen atau data-data. Pengguna dalam situs ini dapat menambah atau mengganti konten yang sudah ada dalam situs dengan sumber terbaru. Contohnya adalah Wikipedia.
6. Jejaring Sosial (*social networks*), yaitu komunitas virtual yang memungkinkan para penggunanya (*users*) untuk dapat saling terhubung satu

dengan lainnya. Biasanya jejaring sosial ini digunakan untuk memperluas hubungan/relasi, baik itu secara individual maupun organisasi. Jejaring ini menunjukkan hubungan antar pengguna, sehingga jejaring sosial termasuk media sosial yang populer. Facebook, Twitter, dan LinkedIn merupakan jejaring sosial yang cukup populer.

Dari macam-macam bentuk media sosial di atas, dapat ditelaah bahwa kekuatan *user-generated content (UGC)* dimiliki pada media sosial. Hal tersebut ditandai dimana konten dalam media sosial dihasilkan oleh pengguna, tidak seperti pada instansi media massa yang kontennya dihasilkan oleh editor. Ada dua aktivitas penting dalam penggunaan *user-generated content (UGC)*, membuat konten dan membagikan konten kepada pengguna lainnya secara online. Namun pada kenyataannya, banyak pengguna menggunakan media sosial sebagai pengguna pasif saja. Mereka hanya membaca, menonton, dan menikmati konten yang mereka sukai. Pengguna pasif tidak mengunggah apapun namun ikut terlibat dalam proses bermedia. Di sisi lain, terdapat pengguna yang aktif dimana mereka memposting, memproduksi konten, berkomentar, dan juga menyukai sebuah konten (Omar & Dequan, 2020:122).

2.4 Twitter Sebagai Media Informasi

Media sosial salah satunya Twitter merupakan sebuah media yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk berinteraksi dua arah tanpa adanya batas waktu, jarak, maupun biaya. Media sosial hanya memerlukan koneksi internet untuk terhubung satu sama lain. Percakapan antar user di Twitter seringkali berisi informasi acak, dimana pengguna twitter dapat memilih untuk merespon informasi yang mereka sukai. Sehingga melalui informasi dalam twitter tersebut terciptalah sebuah komunikasi dengan para pengguna twitter lainnya. Komunikasi tersebut tentunya diawali dengan proses pengungkapan informasi. Di era seperti ini, twitter tidak hanya dimanfaatkan sebagai media untuk berkomunikasi namun twitter juga dijadikan tempat sebagai media Informasi.

Terdapat empat jenis kebutuhan pengguna media sosial terhadap informasi menurut Syaffril dalam Perdana (2012: 5) adalah:

1. *Current need approach*, yaitu pendekatan kepada kebutuhan pengguna informasi yang sifatnya mutakhir. Pengguna berinteraksi dengan sistem informasi dengan cara yang sangat umum untuk meningkatkan pengetahuannya. Jenis pendekatan ini perlu ada interaksi yang sifatnya konstan antara pengguna dan sistem informasi.
2. *Everyday need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang sifatnya spesifik dan cepat. Informasi yang dibutuhkan pengguna merupakan informasi yang rutin dihadapi oleh pengguna.
3. *Exhaustic need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan yang bersifat relevan, spesifik, dan lengkap.
4. *Catching-up need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, tetapi juga lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan.

2.5 Twitter sebagai Media Penentuan Sikap Pengguna

Media sosial Twitter sejatinya memiliki manfaat di tengah penggunanya. Selain sebagai tempat berinteraksi, banyak penggunanya juga memanfaatkan twitter untuk mengutarakan emosi yang ia rasakan atau menunjukkan sikap terkait sesuatu hal yang terjadi. Pengungkapan sikap tersebut tidak hanya berupa emosi yang mereka rasakan, tetapi juga rasa kegunahan, kegelisahan dan pemikiran juga sering mereka utarakan. Mereka menyadari bahwa ada perasaan lega ketika mereka melontarkan *Tweet* di akun Twitter mereka. Dalam hal pengungkapan diri tidak semua orang sepakat dengan pendapat-pendapat yang dilontarkan para informan di Twitter. Pastinya akan ada perbedaan pendapat maupun penolakan yang mereka terima. Hal ini termasuk dalam salah satu bahaya *self-disclosure* yaitu penolakan. Bila seseorang melakukan pengungkapan diri, biasanya kepada seseorang yang dipercaya. Seseorang melakukan pengungkapan diri

pada orang yang dianggap mendukung pengungkapan dirinya. Namun, akan terjadi suatu penolakan secara pribadi jika hal yang diungkapkan tidak disukai atau bertentangan oleh pendengar (Zaskiya, 2021).

Pengungkapan diri yang dilakukan oleh pengguna di Twitter merupakan sebuah cara mereka ketika ingin meringankan beban-beban pikiran yang ada, dengan menuangkan hal tersebut kedalam sebuah *Tweet*, mereka berharap agar bisa hilang atau setidaknya beban pikiran yang ada lebih ringan. Sikap seorang individu akan berhubungan dengan perilakunya. Pada umumnya banyak orang yang menerima bahwa sikap memiliki dampak pada perilaku secara tidak langsung meskipun secara empiris tidak mendukung bahwa sikap sebagai proyeksi langsung perilaku.

Kepribadian dan sikap para pengguna media sosial dapat dipelajari dari *Tweet* di akun-akun media sosial para pengguna. Sikap muncul dari beberapa bentuk penilaian. Menurut Aryansa (2017) terdapat tiga model sikap yang dimunculkan oleh pengguna media sosial, yakni:

- a) Afeksi yaitu respon fisiologis yang mengekspresikan perilaku dan kognisi.
- b) Kecenderungan perilaku yaitu indikasi verbal dari seorang individu.
- c) Respon kognitif yaitu pengevaluasian kognitif terhadap suatu objek sikap.

Kebanyakan sikap seorang individu adalah hasil belajar sosial seseorang dari lingkungannya. Namun sikap juga dapat mengalami perubahan. Sikap juga dapat dipengaruhi oleh faktor bawaan atau genetik namun secara tidak langsung. Sri Rahayuningsih berpendapat tentang orientasi sikap (Aryansa, 2017) sebagai berikut:

- 1) Berorientasi pada respon yaitu sikap merupakan suatu bentuk dari perasaan, yaitu perasaan mendukung maupun tidak mendukung.
- 2) Berorientasi kepada kesiapan respon yaitu sikap merupakan suatu pola perilaku, tendensi atau kesiapan antisipatif untuk menyesuaikan diri dari situasi sosial yang telah terkondisikan, dan
- 3) Berorientasi kepada skema triadik yaitu sikap merupakan konstelasi komponen-komponen kognitif, afektif dan konatif yang saling berinteraksi

dalam memahami, merasakan, dan berperilaku terhadap suatu objek di lingkungannya.

2.6 Anonimitas dalam Akun Twitter Autobase

Fenomena yang saat ini sedang marak terjadi di Twitter adalah akun berbentuk base atau disebut autobase twitter. Autobase berasal dari kata “Automatic” dan “Fanbase” yang berfungsi sebagai wadah bagi followersnya untuk mengirim pertanyaan dengan beragam topik dan bersifat anonym melalui Direct Message (Agoestin, 2019). Lewat akun berbasis base ini, pengguna twitter dapat mengirim *Tweet* apapun secara anonym atau tanpa nama sesuai dengan jenis base-nya, seperti base khusus membahas topik seputar makanan, kecantikan, base membahas seputar artis kesukaan mereka, atau bahkan base mengenai isu sosial dan base khusus untuk pertanyaan, dimana para followers dapat menanyakan pertanyaan apapun.

Hadirnya akun autobase ini memfasilitasi motivasi pengguna menggunakan media sosial Twitter khususnya dalam pemenuhan informasi mereka mengenai trending topics, breaking news, hingga sekedar membagikan pikiran mereka dan kegiatan mereka. Sesuai dengan fungsinya, Twitter dimanfaatkan untuk penyebaran informasi yang singkat dan cepat. Sehingga Twitter juga menyediakan Fitur-fitur atau elemen dasar untuk membantu proses penyebaran informasi tersebut. Fitur-fitur dasar tersebut antara lain (Hikmah, 2020):

1. *Tweet*

Aktivitas atau isi twit (maksimal 280 karakter) dapat berisi foto, GIF, video, dan teks.

2. *Timeline*

Timeline atau beranda merupakan laman yang menampilkan aliran *Tweet* dari akun yang telah dipilih untuk diikuti di Twitter.

3. *Follow*

Follow atau mengikuti adalah istilah untuk ‘berlangganan’ suatu akun Twitter. Ketika pengguna *follow* suatu akun, maka akun tersebut disebut *following* dan pengikutnya disebut *follower*.

4. *Mention*

Aktivitas menyebut akun lain di *Tweet* dengan memasukkan tanda @ diikuti langsung dengan nama pengguna (*username*) misalkan “@namapengguna”.

5. *Hashtag*

Kata atau frasa yang diawali langsung dengan simbol # untuk memudahkan pencarian topik dan kata kunci.

6. *Reply*

Komentar atau tanggapan terhadap suatu *tweet* yang dilakukan oleh *follower* ataupun bukan. Kumpulan komentar ini biasa disebut dengan *replies*.

7. *ReTweet*

Tindakan menyebarkan *Tweet* akun lain dengan mengeklik atau menyentuh tombol *reTweet*.

8. *Thread*

Thread atau utas adalah rangkaian *tweet* yang terhubung dari satu orang.

9. *Direct Message*

Merupakan fasilitas mengirimkan pesan antar pengguna Twitter secara privat dan rahasia.

10. *Trending Topics*

Topik yang sedang populer atau ramai diperbincangkan oleh pengguna Twitter dalam kurun waktu tertentu.

2.7 *Tweet* dalam Akun Twitter @AREAJULID

Dengan berbagai fitur yang terdapat pada Twitter, autobase pun memanfaatkannya untuk mendapatkan perhatian dari para penggunanya. Cara kerja akun autobase sendiri adalah pengguna hanya perlu mengirimkan DM (direct message) ke akun base dengan kode-kode tertentu, setelah itu pesan akan otomatis di-post tanpa tercantum identitas pengirim *Tweet* tersebut (Fahmi,

2019). Meski begitu, biasanya akun Twitter auto base ini menerapkan pengaturan tidak menerima DM dari pengguna Twitter yang tidak masuk daftar following. Dalam artian, untuk berhasil mengirimkan pesan melalui DM, akun pengguna Twitter dan akun Twitter auto base tersebut harus saling follow. Akun auto base biasa juga disebut akun menfess, singkatan dari mention dan confess.

Akun auto base biasa dikelola oleh satu orang atau lebih. Untuk pengoperasian, pemilik akun auto base menggunakan layanan bot yang dimiliki oleh developer atau pihak ketiga. Bot pada akun auto base berfungsi men-twit otomatis isi DM yang mencantumkan kode tertentu. Tiap auto base memiliki karakteristik yang berbeda, tergantung kemauan pengelola. Ada akun auto base yang menampung semua topik, sementara yang lain khusus pada satu topik, misalnya kuliner, kecantikan, hewan peliharaan, dan lain-lain. Akun auto base diminati banyak pengguna karena konteks distribusi pesan yang anonim. Siapapun yang mengirim pesan melalui akun auto base tidak dapat diketahui identitasnya, sehingga akun auto base diibaratkan sebagai jalur yang memisahkan identitas sender dari pesannya.

Menurut Joinson (2001) dalam Setyaningsih (2014: 98), level anonimitas seseorang dapat dikategorikan dalam tiga kategori: visual anonymity, pseudonymity dan full anonymity. Dinyatakan anonim secara visual apabila secara visual profil pemilik akun tidak tersedia atau disembunyikan. Kondisi pseudonymity terjadi jika seseorang menampilkan informasi yang berbeda dengan diri aslinya. Sedangkan full anonymity atau anonim penuh apabila sama sekali tidak ada data yang tersaji untuk mengenali seseorang.

Dalam hal ini, *followers @AREAJULID* pastinya pernah atau bahkan sering menemukan konten dari akun autobase tersebut di dalam beranda twitter mereka atau saat mereka mengakses akun tersebut. sehingganya hal tersebut juka dapat didefinisikan sebagai terpaan konten dalam sebuah media sosial. Terpaan media menurut Kriyantono (2006:209) adalah kegiatan mendengarkan, melihat dan membaca, mengalami dan memperhatikan pesan individu atau kelompok pada suatu media. Dengan kata lain terpaan merupakan suatu

keadaan dimana khalayak mendapatkan efek dari pesan yang disebar oleh suatu media.

Dalam penerapannya “terpaan media bertujuan mencari data pengguna media dalam hal frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, hingga jenis media yang digunakan. Jenis media yang digunakan dapat meliputi media cetak dan online, hingga media audio dan audiovisual”. (Ardianto, 2014:168). Untuk mengukur terpaan media dari *Tweet* dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina, dapat menggunakan indikator pengukur terpaan media atau *media exposure* menurut Rosengren dalam Rakhmat (2009:66) yang dapat diartikan sebagai jumlah waktu dalam menggunakan jenis media, isi media, dan hubungan individu dengan isi media. Dimana dimensi tersebut dijabarkan menjadi:

1. Frekuensi

Merupakan rutinitas atau jumlah pengulangan perilaku pengguna Twitter dalam melihat *Tweet* pada akun twitter @AREAJULID. Hal ini dilihat dari berapa kali mereka menggunakan media dan mendapatkan *Tweet* serupa dengan frekuensi berbeda, baik itu sehari-hari, sekali seminggu, atau bahkan sekali sebulan. Dalam penelitian ini diukur dari rutinitas, jumlah pengulangan perilaku, dan seberapa sering pengguna menggunakan aplikasi Twitter dan mendapatkan *Tweet* dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina pada kurun waktu tertentu.

2. Durasi

Durasi berkaitan dengan lamanya waktu mengakses suatu media dan juga konten di dalamnya. Durasi digunakan untuk mengetahui berapa lama khalayak menggunakan media, mengkonsumsi, melihat, serta mengikuti isi pesan dari media. Durasi dapat dilihat dari waktu yang dihabiskan pengguna setiap kali menggunakan media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan berapa lama mereka mengamati isi pesan *Tweet* dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina. Hal tersebut dapat diukur dari berapa lama (menit) atau waktu yang dihabiskan pengguna untuk melihat, mengikuti, dan mengkonsumsi *Tweet* dalam akun @AREAJULID.

3. Atensi

Merupakan tingkat perhatian yang diberikan oleh khalayak dalam menggunakan media, mengkonsumsi, melihat, serta mengikuti isi pesan dari media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan tingkat perhatian pengguna Twitter dalam menggunakan media, melihat, dan mengikuti *Tweet* dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina. Selain itu juga berhubungan dengan ketertarikan pengguna dan juga keinginan untuk melihat, mengkonsumsi, dan mengikuti isi pesan mengikuti *Tweet* akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.

Atensi ini berhubungan dengan proses seseorang dalam menyimak suatu konten video dengan melakukan aktivitas lainnya. Aktivitas lain yang dilakukan saat melihat *Tweet Tweet* dapat berupa melakukan kegiatan lain, dapat juga dibarengi dengan diskusi ketika melihat *Tweet Tweet*, atau bahkan tidak melakukan kegiatan lain yang berarti hanya membaca *Tweet Tweet* saja. Dalam penelitian ini atensi dapat diukur dengan perhatian yang diberikan pengguna, keinginan pengguna, ketertarikan pengguna, dan kemudahan memahami isi pesan dari *Tweet* di dalam akun @AREAJULID terkait kasus Rachel Vennya yang kabur dalam masa karantina.

2.8 Sikap Pengguna Twitter @AREAJULID terkait Kasus Rachel Vennya

Pada dasarnya, interaksi dalam media sosial memberikan peluang besar bagi individu untuk menyikapi konten-konten yang ada di dalamnya. Respon yang diberikan pengguna media sosial juga berbeda-beda yaitu berupa efek kognitif yang terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan pada transmisi pengguna terhadap pengetahuan, keterampilan dan juga kepercayaan. Efek lainnya yaitu afektif yang timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek terakhir yaitu behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati dari pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku (Rakhmat, 2018:274).

Menurut Sobur (2003:451), Respon adalah istilah psikologi yang digunakan untuk menanamkan reaksi terhadap rangsangan yang diterima oleh panca indera. Hal yang menunjang dan melatarbelakangi ukuran sebuah respon adalah sikap, persepsi, dan partisipasi. Respon juga diartikan sebagai suatu tingkah laku atau sikap yang berwujud baik sebelum pemahaman yang mendetail, penelitian, pengaruh atau penolakan, suka atau tidak suka serta pemanfaatan pada suatu fenomena tertentu.

Suatu kegiatan komunikasi yang terjadi akan menimbulkan efek perubahan dalam diri khalayak berupa respon dari komunikasi terhadap pesan yang dimunculkan oleh komunikator. Adapun efek ini dibedakan menjadi tiga bagian yaitu kognitif, afektif, dan behavioral (Rakhmat, 2018:274):

1. Respon kognitif; terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau persepsi khalayak. Respon kognitif berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Kehadiran pesan dalam media sosial memberikan pengetahuan pada khalayak yang semula tidak tahu menjadi tahu, yang awalnya ragu menjadi yakin, yang tidak jelas menjadi jelas dan paham.

Dalam hal ini berkaitan dengan bagaimana *followers @AREAJULID* yang sebelumnya tidak mengetahui akan kasus Rachel Vennya berubah menjadi tahu karena ramainya perbincangan kasus tersebut di dalam akun *@AREAJULID*.

2. Respon afektif; timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Respon ini ada hubungan dengan emosi, sikap atau nilai. Dalam hal ini berkaitan dengan rasa yang ditimbulkan pengguna atau *followers @AREAJULID* terhadap Rachel Vennya setelah mengetahui bahwa ia tidak melakukan karantina setelah melakukan perjalanan ke luar negeri di tengah pandemic Covid-19.
3. Respon behavioral; merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan perilaku. Maka dari itu, respon ini menunjukkan sebuah intensitas sikap, yaitu sebuah kecenderungan saat seseorang bertindak dan berperilaku. Sifat seseorang akan bereaksi bila melihat sebuah informasi yang diberikan media.

Dalam hal ini merujuk pada perilaku *followers* @AREAJULID dalam menyikapi konten Rachel Vennya, baik itu mereka tertarik untuk berkomentar dan menanggapi berbagai *Tweet* yang ada, membalas beberapa komentar, atau sekedar memberikan *like* dan *reTweet*.

2.9 Teori S-O-R (*Stimulus – Organisme – Respon*)

Penelitian ini memakai teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Respon). Di tahun 1930-an, hadir teori klasik komunikasi yang mendapat banyak pengaruh dari teori psikologi, yaitu berupa objek material ilmu psikologi dan komunikasi, yaitu orang-orang yang jiwanyameliputi: afeksi, kognisi, konasi, sikap, opini dan perilaku (McQuail, 2010:466).

Dalam teori ini, media dinilai begitu perkasa dalam mempengaruhi komunikasi, teori S-O-R menggambarkan seperti apa proses rangsangan tertentu mampu memberikan efek. Teori ini memberikan anggapan bahwa organisme akan menghasilkan efek jika di sekelilingnya diberikan stimulus tertentu sehingga dinamakan teori Stimulus-Organisme-Respon (Morissan, 2010:17). Hal ini menghasilkan efek pada bentuk reaksi khusus terhadap daya tarik khusus, sehingga seseorang dapat memperkirakan kesesuaian isi pesan dan reaksi (Effendy, 2003: 255). Unsur – unsur pada teori ini adalah pesan (Stimulus), komunikasi (Organisme), dan efek (Respon), (dalam Effendy, 2003: 254).

Asumsi dasar dalam teori ini yaitu media mampu menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikasi. Teori ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah proses aksi reaksi, yang berarti bahwa kata-kata verbal, isyarat non-verbal, dan simbol tertentu merangsang seseorang untuk merespons secara khusus. Teori ini juga berasumsi bahwa penyebab perubahan sikap seseorang tergantung pada kualitas stimulus yang diterima organisme.

Berdasarkan penjabaran teori S-O-R di atas, maka keterkaitan teori S-O-R- (Stimulus, Organisme, Respon) dalam penelitian ini adalah :

1. Stimulus pada penelitian ini adalah *Tweet-Tweet* terkait kasus Rachel Vennya dalam akun autobase Twitter @AREAJULID
2. Organisme pada penelitian ini adalah followers akun Twitter @AREAJULID.
3. Respon pada penelitian ini adalah sikap pengguna (*followers*) @AREAJULID terkait kasus Rachel Vennya

Dalam penelitian ini, *Tweet* yang ada media sosial Twitter @AREAJULID mengenai kasus Rachel Vennya yang kabur dari karantina merupakan pesan atau stimulus, sedangkan, followers akun Twitter @AREAJULID adalah organisme dan respon yang dihasilkan adalah sikap pengguna (*followers*) @AREAJULID terkait kasus Rachel Vennya.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017:8) berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan dalam meneliti populasi atau sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dimana pengumpulan data dilakukan dengan bantuan instrumen penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sementara.

Penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatori. Morrisson (2012: 38) menyebutkan bahwa penelitian eksplanatori (*explanatory research*) bertujuan untuk menguji hipotesis secara empiris beserta penafsirannya yang dijelaskan secara faktual dengan berdasarkan teori dan fakta. Penjelasan tersebut berfungsi untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antar variabel satu dengan lainnya.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Sugiyono (2017:6) “metode survei digunakan untuk memperoleh data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan). Dalam memperoleh dan mengumpulkan data, peneliti perlu melakukan penyebaran kuesioner, wawancara terstruktur, *test*, dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).” Pengambilan data dalam metode survei didapat dari penyebaran

kuesioner dari sampel yang mewakili sebuah populasi sesuai dengan kepentingan penelitian.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel adalah simbol atau lambang yang diletakkan bilangan atau nilai. Adapun variabel dari penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, variabel bebas memberikan perubahan atau timbulnya variabel terikat. Biasanya variabel bebas ini ditandai dengan simbol X. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah penggunaan akun twitter @AREAJULID.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi, variabel terikat timbul akibat adanya variabel bebas. Biasanya variabel bebas ini ditandai dengan simbol Y. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah sikap pengguna (*followers*) Twitter terkait kasus Rachel Vennya.

3.4 Definisi Konsep

Definisi konsep sebuah penelitian adalah satu kesatuan yang didalamnya terdapat karakteristik juga pengertian tentang persoalan yang dirumuskan. Definisi konsep membantu mempermudah penelitian dalam menyederhanakan pengertian juga ide-ide yang digunakan dalam penelitian. Untuk lebih mudahnya, Singarimbun dan Effendi (2006: 46) menyatakan bahwa definisi konsep membantu memaknai konsep yang digunakan guna memudahkan penggunaannya dalam lapangan.

Definisi konsep dalam penelitian ini adalah:

1. Penggunaan Akun Twitter @AREAJULID

Dalam hal ini, *followers* @AREAJULID pastinya pernah atau bahkan sering menemukan *Tweet* dari akun autobase tersebut di dalam beranda twitter mereka atau saat mereka mengakses akun tersebut. sehingganya hal tersebut juga dapat didefinisikan sebagai terpaan konten dalam sebuah media sosial. Terpaan media menurut Kriyantono (2006:209) adalah kegiatan mendengarkan, melihat dan membaca, mengalami dan memperhatikan pesan individu atau kelompok pada suatu media. Dengan kata lain terpaan merupakan suatu keadaan dimana khalayak mendapatkan efek dari pesan yang disebarkan oleh suatu media.

Terpaan media dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu dalam menggunakan jenis media, isi media, dan hubungan individu dengan isi media. (Rosengren dalam Rakhmat, 2009:66). Terpaan dalam penelitian ini merujuk pada aktivitas membaca *Tweet* dalam akun @AREAJULID terkait kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina saat pandemic Covid-19 dengan frekuensi, durasi, dan perhatian (atensi) tertentu.

2. Sikap Pengguna Twitter terkait Kasus Rachel Vennya

Pada dasarnya, interaksi dalam media sosial memberikan peluang besar bagi individu untuk menyikapi konten-konten yang ada di dalamnya. Respon yang diberikan pengguna media sosial juga berbeda-beda yaitu berupa efek kognitif yang terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan pada transmisi pengguna terhadap pengetahuan, keterampilan dan juga kepercayaan. Efek lainnya yaitu afektif yang timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek terakhir yaitu behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati dari pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku (Rakhmat, 2018:274).

3.5 Definisi Operasional

Menurut Singarimbun dan Effendi (2006:123), definisi operasional memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel dalam unsur penelitian. Selain itu, definisi operasional juga merupakan petunjuk bagaimana sebuah variabel penelitian akan diukur. Berdasarkan permasalahan dalam penelitian ini, maka dikembangkan definisi operasional yang merupakan penjabaran dan pengukuran variabel x dan y serta indikator yang dipilih dalam penelitian ini, seperti berikut ini:

1. Variabel X (Akun Twitter @AREAJULID)

Penggunaan akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina, dapat diukur menggunakan indikator pengukur terpaan media atau *media exposure* menurut Rosengren dalam Rakhmat (2009:66), sebagai berikut:

a. Frekuensi

Merupakan rutinitas atau jumlah pengulangan perilaku pengguna Twitter dalam melihat *Tweet* pada akun twitter @AREAJULID. Pada penelitian ini, frekuensi meliputi:

- a) Seberapa sering seseorang menggunakan media dalam kurun waktu tertentu. Dalam penelitian ini berkaitan dengan aplikasi Twitter.
- b) Seberapa sering seseorang mendapatkan, melihat, dan mengkonsumsi konten dalam suatu media dalam kurun waktu tertentu. Dalam penelitian ini berkaitan dengan *Tweet* dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.
- c) Seberapa sering seseorang mengikuti dan memahami isi pesan dari suatu media dalam kurun waktu tertentu. Dalam penelitian ini berkaitan dengan isi pesan dari *Tweet* dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.

b. Durasi

Merupakan berapa lama waktu yang dihabiskan seseorang dalam menggunakan media, mengkonsumsi, melihat, serta mengikuti isi pesan dari media. Pada penelitian ini, durasi meliputi:

- a) Jumlah waktu yang dihabiskan seseorang setiap kali mengakses dan menggunakan media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan aplikasi Twitter.
- b) Jumlah waktu seseorang dalam mendapatkan, melihat, dan mengkonsumsi konten dalam suatu media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan berapa lama waktu yang dihabiskan pengguna untuk melihat *Tweet* dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.
- c) Jumlah waktu seseorang setiap kali mengikuti dan memahami isi pesan dari suatu media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan isi pesan *Tweet* dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.

c. Atensi

Merupakan tingkat perhatian yang diberikan oleh khalayak dalam menggunakan media, mengkonsumsi, melihat, serta mengikuti isi pesan dari media. Pada penelitian ini, atensi meliputi:

- a) Perhatian yang diberikan seseorang dalam menyimak suatu konten dalam media sosial dengan melakukan aktivitas lainnya. Dalam penelitian ini berkaitan dengan *Tweet* dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.
- b) Ketertarikan seseorang dengan suatu konten media atau daya tarik dari konten tersebut. Dalam penelitian ini berkaitan dengan ketertarikan terhadap *Tweet Tweet* dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.
- c) Keinginan seseorang untuk melihat, memahami isi, dan menyimak konten media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan keinginan dan kemudahan dalam memahami isi pesan *Tweet Tweet* dalam akun

@AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.

2. Variabel Y (sikap pengguna Twitter terkait kasus Rachel Vennya)

Sikap pengguna Twitter terkait kasus Rachel Vennya, dapat diukur menggunakan indikator pengukur sikap yaitu kognitif, afektif, dan behavioral (Rakhmat, 2018:274):

a. Kognitif

Kognitif didahului oleh pengetahuan juga informasi yang diperlukan terhadap objek yang ingin dituju. Respon kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau persepsi khalayak.

- a) Mengetahui dan memfollow Twitter @AREAJULID.
- b) Twitter @AREAJULID memuat informasi terkait berita yang sedang viral ataupun informasi lainnya.
- c) Mengetahui informasi terkait kasus Rachel Vennya yang tidak menjalani masa karantina

b. Afektif

Respon afektif; timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak.

- a) *Tweet* akun @AREAJULID membuat pengguna merasa penasaran.
- b) *Tweet* akun @AREAJULID terkait kasus Rachel Vennnya membuat *followers* merasa kesal akan tindakan selebgram tersebut.
- c) *Tweet* akun @AREAJULID terkait kasus Rachel Vennya mampu membentuk golongan pro dan kontra terkait hal tersebut.

c. Behavioral

Respon behavioral; merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan perilaku.

- a) perilaku *followers* @AREAJULID dalam menyikapi konten Rachel Vennya,
- b) Ketertarikan *followers* @AREAJULID untuk berkomentar dan menanggapi berbagai *Tweet* terkait kasus Rachel Vennya

- c) Kecenderungan untuk menyebarkan *Tweet* kasus Rachel Vennya dalam akun @AREAJULID dengan cara memberikan *like* atau *reTweet*.
- d) Kecenderungan untuk mencari tahu lebih jauh mengenai kasus Rachel Vennya.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sub Indikator	Skala
Penggunaan akun Twitter @AREAJULID (X)	Terpaan dalam penelitian ini merujuk pada aktivitas membaca <i>Tweet</i> dalam akun @AREAJULID terkait kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina saat pandemic Covid-19 dengan frekuensi, durasi, dan perhatian (atensi) tertentu.	1. Frekuensi	<p>a. Seberapa sering seseorang menggunakan media dalam kurun waktu tertentu. Dalam penelitian ini berkaitan dengan aplikasi Twitter.</p> <p>b. Seberapa sering seseorang mendapatkan, melihat, dan mengkonsumsi konten dalam suatu media dalam kurun waktu tertentu. Dalam penelitian ini berkaitan dengan <i>Tweet</i> dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.</p> <p>c. Seberapa sering seseorang mengikuti dan memahami isi pesan dari suatu media dalam kurun waktu tertentu. Dalam penelitian ini berkaitan dengan isi pesan dari <i>Tweet</i> dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.</p>	Likert
		2. Durasi	a. Jumlah waktu yang dihabiskan seseorang setiap kali mengakses dan menggunakan media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan aplikasi Twitter.	

			<p>b. Jumlah waktu seseorang dalam mendapatkan, melihat, dan mengkonsumsi konten dalam suatu media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan berapa lama waktu yang dihabiskan pengguna untuk melihat <i>Tweet</i> dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.</p> <p>c. Jumlah waktu seseorang setiap kali mengikuti dan memahami isi pesan dari suatu media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan isi pesan <i>Tweet</i> dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.</p>	
		3. Atensi	<p>a. Perhatian yang diberikan seseorang dalam menyimak suatu konten dalam media sosial dengan melakukan aktivitas lainnya. Dalam penelitian ini berkaitan dengan <i>Tweet</i> dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.</p> <p>b. Ketertarikan seseorang dengan suatu konten media atau daya tarik dari konten tersebut. Dalam penelitian ini berkaitan dengan ketertarikan terhadap <i>Tweet Tweet</i> dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.</p> <p>c. Keinginan seseorang untuk melihat,</p>	

			memahami isi, dan menyimak konten media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan keinginan dan kemudahan dalam memahami isi pesan <i>Tweet Tweet</i> dalam akun @AREAJULID terkait kasus kaburnya Rachel Vennya dalam masa karantina.	
Sikap pengguna terkait Kasus Rachel Vennya (Y)	Suatu kegiatan komunikasi yang terjadi akan menimbulkan efek perubahan dalam diri khalayak berupa respon dari komunikasi terhadap pesan yang dimunculkan oleh komunikator. Adapun efek ini dibedakan menjadi tiga bagian yaitu kognitif, afektif, dan behavioral	1. Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> a) Mengetahui dan memfollow Twitter @AREAJULID. b) Twitter @AREAJULID memuat informasi terkait berita yang sedang viral ataupun informasi lainnya. c) Mengetahui informasi terkait kasus Rachel Vennya yang tidak menjalani masa karantina 	Likert
		2. Afektif	<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Tweet</i> akun @AREAJULID membuat pengguna merasa penasaran. b) <i>Tweet</i> akun @AREAJULID terkait kasus Rachel Vennya membuat followers merasa kesal akan tindakan selebgram tersebut. c) <i>Tweet</i> akun @AREAJULID terkait kasus Rachel Vennya mampu membentuk golongan pro dan kontra terkait hal tersebut. 	
		3. Behavioral	<ul style="list-style-type: none"> a) Perilaku followers @AREAJULID dalam menyikapi konten Rachel Vennya. b) Ketertarikan followers @AREAJULID untuk berkomentar dan menanggapi berbagai 	

			<p><i>Tweet</i> terkait kasus Rachel Vennya</p> <p>c) Kecenderungan untuk menyebarkan <i>Tweet</i> kasus Rachel Vennya dalam akun @AREAJULID dengan cara memberikan like atau re<i>Tweet</i>.</p> <p>d) Kecenderungan untuk mencari tahu lebih jauh mengenai kasus Rachel Vennya.</p>	
--	--	--	---	--

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi penelitian adalah subjek yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan (Nursalam, 2008:89). Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Populasi menurut Sugiyono (2017:80) adalah wilayah yang terdiri dari objek atau subjek sesuai dengan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti guna mendapatkan sebuah kesimpulan penelitian. Populasi tidak hanya berbentuk individu (orang), tetapi dapat berupa benda-benda yang berkaitan dengan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun @AREAJULID sebanyak 3,1 Juta (per 28 Juli 2022).

3.6.2 Sampel

Menurut Silaen dan Widiyono (2013:87), “Sampel adalah bagian dari populasi yang ditetapkan dengan cara tertentu sehingga dapat digunakan untuk kepentingan penelitian. Baik digunakan untuk diukur, dipahami karakteristiknya, hingga dapat diambil kesimpulan dari sampel tersebut yang merupakan wakil dari populasi yang diteliti”. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus dapat mewakili populasi (Sugiyono, 2017:81).

Penggunaan sampel ini memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian jika populasi yang digunakan tidak memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan. Baik itu dikarenakan keterbatasan tenaga, waktu, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, penentuan besaran sampel menggunakan rumus Slovin (Siregar, 2013:34) yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan n = Ukuran sampel
 N = Populasi
 e = Perkiraan tingkat kesalahan dalam penelitian ini adalah 10%

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini 3,1 Juta *followers* @AREAJULID, dan peneliti menghendaki sampel sebanyak 10% sehingga ditemukan jumlah sampel yang digunakan dari populasi sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{3.100.000}{1 + 3.100.000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.100.000}{31.001}$$

$$n = 99,99 = 100$$

Hasil n dari rumus yang didapatkan adalah 99,99 = 100orang sehingga pada penelitian ini peneliti mengambil data dari sampel sebanyak 100 *followers* @AREAJULID.

Dalam penentuan sampel dibutuhkan teknik sampling. Teknik sampling digunakan untuk menyeleksi keseluruhan dari populasi agar mampu merepresentasikan populasi. Teknik sampling adalah teknik yang dipakai guna memperoleh sampel pada penelitian (Sugiyono,2015:81).

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *non-probability* sampling dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, Menurut Sugiyono (2015:85) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasar pada suatu kriteria yang akan diberlakukan pada sampel oleh peneliti.

Alasan peneliti memilih metode *purposive sampling* ini disebabkan tidak semua sampel masuk ke dalam kategori yang sesuai dengan fenomena yang sedang diteliti. Maka dari itu, peneliti memilih metode *purposive sampling* dengan menentukan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh setiap sampel. Kriteria-kriteria tersebut sebagai berikut:

1. Pengikut (followers) @AREAJULID minimal 6 bulan.
2. Mengikuti kasus Rachel Venny melalui *Tweet* yang ada dalam akun @AREAJULID dari bulan Oktober-Desember 2021.
3. Pengikut @AREAJULID yang berusia 16-24 tahun.

3.6.3 Tingkat Kesalahan yang Ditoleransi (*Margin of Error*)

Margin of error adalah elemen statistik yang merepresentasikan jumlah kesalahan dalam pengambilan sampel pada suatu survey. Margin of error mengukur seberapa dekat data yang didapat dari sampel dengan data yang ada pada populasi sesungguhnya. Makin besar margin of error, makin jauh suatu sampel dapat dikatakan mewakili populasi sesungguhnya. Makin kecil margin of error, makin dekat data pada sampel dengan data populasi sesungguhnya. Margin of error muncul karena data populasi yang tidak tersampel dengan sempurna. Margin of error merupakan salah satu konsep dalam statistika yang membantu dalam pengolahan sampel. Dalam pekerjaan yang berhubungan dengan data statistika, pengguna selalu bekerja dengan perantara sampel karena tidak mungkin apabila harus mengolah data dari suatu jumlah populasi yang jumlahnya tidak terbatas.

Namun dalam prakteknya sampel tidak selalu menjelaskan populasi dengan sempurna. Kita tidak akan pernah mendapatkan sampel yang mewakili populasi secara sempurna, bahkan dalam faktanya, sangat sulit mendapatkan

sampel yang benar-benar mewakili populasi. Seberapa baik suatu sample mewakili populasi dapat dilihat dari dua hal, yaitu margin error dan confidence level. Dari kedua aspek tersebut dapat diketahui bagaimana kita memilih sampel yang bagus yang benar-benar mewakili populasi.

Dalam penelitian ini, margin of errors yang digunakan adalah 10%. Nilai yang diduga adalah 100 orang kemudian dapat dikatakan juga bahwa margin of error adalah 10 orang. Apabila kita menginterpretasikannya secara absolut, maka margin of error adalah 10 orang. Namun apabila kita menginterpretasikannya secara relatif, maka margin of error adalah 10% karena 10 orang adalah 10% dari 100 orang. Margin of error hanya dipakai untuk menghitung kesalahan akibat pemilihan sampel acak, bukan kesalahan teknis atau sistematis.

3.7 Jenis dan Sumber Data

Sumber-sumber penelitian dibedakan berdasarkan jenis data, yakni data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2017:139), data primer memberikan sumber data kepada peneliti secara langsung. Sedangkan data sekunder memberikan data secara tidak langsung kepada peneliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data primer dan sekunder, yang meliputi:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh peneliti dari lapangan. Data primer dalam penelitian ini berasal dari jawaban responden yang merupakan hasil penyebaran kuesioner kepada followers akun @AREAJULID yang pernah melihat *Tweet* terkait kasus Rachel Vennya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang secara tidak langsung diperoleh atau dikumpulkan dari sumber lainnya oleh peneliti. Data ini dapat berupa buku-buku, jurnal mengenai *new media* dan kepercayaan diri, catatan, hingga laporan yang berhubungan dengan pengaruh *new media* terhadap kepercayaan diri remaja. Dalam penelitian ini, penulis juga melakukan

wawancara singkat dengan beberapa responden untuk melengkapi data yang sudah ada.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitiannya (Arikunto, 2006: 197). Terdapat beberapa setting, sumber, dan cara dalam mengumpulkan data yakni melalui wawancara, kuesioner, observasi, hingga gabungan antara ketiganya (Sugiyono, 2017:137). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data melalui kuesioner biasanya dilakukan dengan pemberian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden. Kuesioner biasanya digunakan jika jumlah dan jangkauan responden terlalu luas (Sugiyono, 2017: 142).

Kuesioner memiliki 2 jenis, yaitu kuesioner terbuka dan tertutup, penelitian ini memakai jenis kuesioner tertutup, yakni kuesioner yang sudah memiliki jawaban jadi responden hanya perlu memilih jawaban. Setiap pertanyaan akan menggambarkan bagaimana individu dalam menanggapi suatu pertanyaan dengan empat alternatif jawaban dan terdapat jawaban yang dianggap salah. Tiap-tiap pilihan jawaban mempunyai nilai yang berbeda dan jawaban responden dihitung keseluruhannya berpatokan dengan nilai yang telah ditentukan untuk mendapat hasil skor tunggal pada indikator tertentu (Morissan, 2012:88).

2. Studi Pustaka

Studi pustaka atau *library research* dilakukan dengan mengadakan penelaahan literatur baik internet maupun buku-buku, arsip, catatan, hingga laporan yang berhubungan atau relevan dengan masalah penelitian (Nazir, 2003:27). Pada penelitian ini, peneliti mencari dan mengumpulkan buku, jurnal, penelitian terdahulu dan artikel yang terkait dengan judul peneliti (Nurdin dan Hartati, 2019:201).

3.9 Teknik Pengolahan Data

Setelah pengumpulan data atau informasi dari lapangan, dilakukan pengolahan data untuk mendapatkan hasil dari penelitian tersebut. Tujuannya yakni mengubah data mentah dari lapangan menjadi data yang lebih halus dan berguna sebagai arahan kajian lebih lanjut (Sudjana, 2001: 128). Dalam penelitian ini, pengolahan data menggunakan teknik sebagai berikut:

1. *Editing*

Merupakan proses pengecekan ulang terhadap data-data yang telah diperoleh dari responden. *Editing* dilakukan untuk menghindari kesalahan akan data yang tidak memenuhi syarat dan tidak dibutuhkan. Misalnya seperti kesalahan dalam pengisian, data yang kurang lengkap, dan lain sebagainya.

2. *Coding* (pengkodean)

Pemberian kode pada data penelitian. Seperti data observasi, kuesioner beserta jawabannya. Kode tersebut dapat berupa angka maupun huruf yang berguna untuk membedakan identitas data yang akan dianalisis.

3. Tabulasi

Tabulasi merupakan suatu tahapan yang berisikan proses persiapan alat yang akan digunakan untuk mengelola data yang sudah diperiksa dan diberikan kode oleh peneliti sebelumnya. Dalam tahapan ini ada dua tahapan kegiatan. Yang pertama ialah merancang suatu tabel, yang kedua ialah memindahkan data yang berisikan informasi serta jawaban dari kuesioner ke dalam tabel yang telah dibuat sebelumnya (Siregar, 2013: 23).

3.10 Teknik Pemberian Skor

Skala yang digunakan adalah skala pengukuran *Likert*. Skala *Likert* dalam penelitian digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena tertentu (Sugiyono, 2017:93). Jawaban dalam tiap item instrumen skala *Likert* dimulai dari sangat positif hingga sangat negatif. Setiap jawaban dalam penelitian ini akan diberikan penentuan skor sebagai berikut:

1. Alternatif jawaban sangat setuju atau sangat sering, diberi skor 4 dengan kategori sangat tinggi.
2. Alternatif jawaban setuju atau sering, diberi skor 3 dengan kategori tinggi.
3. Alternatif jawaban tidak setuju atau hampir tidak pernah, diberi skor 2 dengan kategori rendah.
4. Alternatif jawaban sangat tidak setuju atau tidak pernah, diberi skor 1 dengan kategori sangat rendah.

Penggunaan skala likert 4 poin dikarenakan dapat menjangkau data penelitian yang lebih akurat karena kategori yang dipilih oleh responden tidak memiliki keraguan atau untuk menghindari bias pada jawaban netral yang dianggap kurang dapat mewakili jawaban atas rumusan masalah yang sudah ditentukan oleh peneliti sebelumnya (Hadi dalam Hertanto,2017:1-2).

3.12 Teknik Pengujian Instrumen

Pada dasarnya penelitian merupakan pengukuran baik terhadap fenomena alam maupun sosial. Dalam pelaksanaannya, pengukuran tersebut menggunakan alat ukur yang sesuai dengan persoalan yang akan diteliti. Alat ukur dalam penelitian dinamakan dengan instrumen penelitian (Sugiyono, 2017:102). Instrumen harus valid dan reliabel untuk memenuhi persyaratan instrumen yang baik dan layak dalam penelitian. Dengan kata lain instrumen harus melalui tahap uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Hasil penelitian akan valid apabila data yang terkumpul dengan data yang ada di lapangan memiliki kesamaan dengan objek yang diteliti. Ketika alat ukur yang digunakan dalam penelitian sudah valid, maka Instrumen penelitian juga akan valid (Sugiyono, 2017:112). Pengujian validitas dilakukan dengan analisis faktor, dengan mengkorelasikan antar skor item instrumen dalam satu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Adapun kriteria yang harus dipenuhi untuk menilai validitas instrumen tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah tidak valid.

Untuk mengukur validitas dalam instrumen penelitian, peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Pearson (dalam Suharsimi, 2006:170) yakni korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{A=\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi antara x dan y

N : Jumlah Subyek

X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

2. Uji Reliabilitas

Hasil penelitian yang reliabel merupakan penelitian dimana data yang diperoleh memiliki kesamaan dalam kurun waktu yang berbeda. Jika instrumen digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama dan tetap menghasilkan data yang sama, maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel (Sugiyono, 2017:121). Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Untuk menguji tingkat reliabilitas, penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Apabila koefisien *Cronbach Alpha* (r_{11}) \geq r Tabel (0,60) maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel (Arikunto, 2006:154). *Cronbach Alpha* digambarkan dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

k = Jumlah item pertanyaan

Σ = Nilai varian masing-masing item

σ_t^2 = Nilai varian total

Tabel 3.2 Kriteria Reliabilitas

Interval	Tingkat Hubungan
0,80-1,00	Sangat tinggi
0,60-0,79	Tinggi
0,40-0,59	Cukup
0,20-0,39	Rendah
0,00-0,19	Sangat rendah

Sumber: (Arikunto, 2006:276)

3.13 Teknik Analisis Data

Kegiatan yang dilakukan setelah data dari responden dan sumber lain terkumpul disebut dengan analisis data. Tujuan dilakukan tahap ini untuk mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik dapat dipahami dengan mudah. Menurut Sugiyono (2017: 147), kegiatan dalam analisis data meliputi: mengelompokan data berdasarkan responden, variabel dan jenis, mentabulasi data variabel dari responden, menyajikan data tiap variabel, dan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Tweet* akun twitter @AREAJULID terhadap sikap pengguna twitter terkait kasus Rachel Vennya, maka dalam penelitian ini digunakan rumus statistik regresi linier sederhana menurut Sugiyono (2017:188) sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y: Nilai variabel bebas yang diprediksi

a: Konstanta atau bila harga $X = 0$

b: Koefisien regresi dari x

X: Nilai variabel terikat yang diprediksi

Sedangkan untuk mencari nilai a dan b digunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - ((\sum x)(xy))}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n[\sum xy - (\sum x)(\sum y)]}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Keterangan:

y = Jumlah skor variabel terikat

x = Jumlah skor akhir dari variabel bebas

n = Jumlah sampel

(Silaen dan Widiyono, 2013:206-207)

3.14 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui tingkat signifikansi dari koefisien korelasi, maka peneliti menggunakan statistik Uji “T”. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai T Hitung dengan T Tabel pada derajat kesalahan 10% ($\alpha = 0,1$). Ketentuan yang dipakai untuk menarik kesimpulan ini adalah:

- a. Apabila nilai T Hitung $>$ dari nilai T Tabel atau nilai signifikansi $< 0,1$ (α) maka variabel bebasnya memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat dan hipotesis pertama ditolak serta hipotesis kedua diterima. Artinya penggunaan akun twitter @AREAJULID berpengaruh pada sikap pengguna twitter terkait kasus Rachel Venny.
- b. Apabila nilai T Hitung $<$ dari nilai T Tabel atau nilai signifikansi $> 0,1$ (α) maka variabel bebasnya tidak memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat dan hipotesis pertama diterima serta hipotesis kedua ditolak. Artinya penggunaan akun twitter @AREAJULID tidak berpengaruh pada sikap pengguna twitter terkait kasus Rachel Venny.

Rumus T Hitung (Sugiyono, 2017:184) sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = hasil uji tingkat signifikansi

r = nilai Korelasi

n = besarnya sampel

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, permasalahan yang ingin diketahui dalam penelitian ini yaitu mengenai seberapa besar pengaruh *Tweet* dalam akun Twitter @AREAJULID terhadap Sikap Pengguna Twitter terkait Kasus Rachel Vennya. Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya penggunaan akun Twitter @AREAJULID terkait kasus Rachel Vennya dimana Twitter sendiri menjadi media informasi, memberikan pengaruh yang beragam terhadap Pengguna Twitter terkait Kasus Rachel Vennya. Pengaruh tersebut seperti mengetahui yang dilakukan selebgram tersebut, menyebarkan informasi, hingga tindakan mereka memblokir sosial media Rachel Vennya.
2. Penggunaan akun Twitter @AREAJULID berpengaruh terhadap Sikap Pengguna Twitter terkait Kasus Rachel Vennya sebesar 60,3%. Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui bahwa timbulnya sikap followers dapat dipengaruhi oleh *Tweet* dalam akun Twitter @AREAJULID sebesar 60,3% dan sisanya 39,7% dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Semakin tinggi tingkat mengakses internet dan konten yang ada di dalamnya, semakin tinggi pula pemenuhan informasi responden. Seperti apa yang membuat Rachel Vennya melakukan hal tersebut hingga kekesalan yang mereka ungkapkan di kolom komentar.
4. Sikap pengguna yang muncul akibat dari adanya *Tweet* kasus Rachel Vennya tentu berbeda-beda. Mulai dari mereka yang mengetahui kasus

Rachel venny tersebut, rasa penasaran atas apa yang melandasi hal tersebut, hingga tindakan mereka berkomentar dan juga beberapa responden memblokir sosial media Rachel Venny karena merasa kecewa. Hal ini berkaitan dengan sikap kognitif dan behavioral.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat diperhatikan, antara lain:

1. Peneliti menyarankan kepada penelitian-penelitian selanjutnya, untuk meneliti perbandingan kasus dalam dua *platform*. Dimana dalam penelitian ini hanya menggunakan media sosial Twitter saja. Sehingga dapat dibandingkan apakah terdapat perbedaan sikap yang ditimbulkan.
2. Untuk para public figure terutama Rachel Venny disarankan untuk lebih berhati-hati dalam bertindak di media sosial. Apabila salah sedikit saja dalam melakukan sesuatu, maka tidak dapat dihindari kemungkinan akan di kritik oleh pengguna media sosial. Terlebih media sosial sangat terbuka, khususnya akun autobase pada Twitter dimana pengirim tidak diketahui identitasnya sehingga membuat mereka bebas mengujarkan kebencian.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2014. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Bina
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta : Penerbit Kencana.
- A.M, Morissan. dkk. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Azwar S. 2013. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Efendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Gerungan. W. 2000. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya..
- Rakhmat, Jalaludin, 2018. *Psikologi Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sendjaja, S Djuarsa. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utari, Prahastiwi. 2011. *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Aspikom : Yogyakarta.

Jurnal/Skripsi:

- Agoestin, Mayang Ananda. 2019. "Motif Followers Dalam Mengakses. @collegemenfess Di Media Sosial". Tesis. Surabaya: Universitas Katolik.
- Adiwisastra, M. F., & Hikmah, A. B. (2020). Web Programming Desain Halaman. Web dengan CSS. Graha Ilmu.
- Atmadja, T. F. A., Yuniyanto, A. E., Yuliantini, E., Haya, M., Faridi, A., & Suryana, S. (2020). Gambaran sikap dan gaya hidup sehat masyarakat Indonesia selama pandemi Covid-19. *AcTion: Aceh Nutrition Journal*, 5(2), 195-202.
- BASWEDAN, P. A. T. P. N. (2022). PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK.
- Budiwaskito, R. (2010). Margin of Error.
- Choiriyati, S. (2015). Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Lampung*, 2, 21-27.
- Chris Heuer dalam Solis, (2011). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey, Canada
- Damayanti, R. P. (2018). Pengaruh Kalimat "Twitter Please Do Your Magic" Terhadap Sikap Pengguna Twitter.
- Doni, R Fahlepi. (2017). Perilaku penggunaan media sosial pada kalangan remaja. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 3(2).
- Elian, N., Lubis, D. P., & Rangkuti, P. A. (2014). Penggunaan internet dan pemanfaatan informasi pertanian oleh penyuluh pertanian di Kabupaten Bogor Wilayah Barat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 12(2), 104-109.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Juditha, C. (2011). Hubungan penggunaan situs jejaring sosial facebook terhadap perilaku remaja di kota Makassar. *Jurnal Penelitian Iptek-Kom*, 13(1), 1-23.
- Karjaluoto, E. (2008). A Primer in Social Media: Examining the Phenomenon, its Relevance, Promise and Risks. (<http://www.smashlab.com/media/whitepapers/a-primer-in-social-media>).
- Mahfud, I., & Gumantan, A. (2020). Survey of student anxiety levels during the covid-19 pandemic. *Jp. Jok (Jurnal Pendidikan Jasmani, Olahraga Dan Kesehatan)*, 4(1), 86-97.
- Murfianti, F. (2018). Meme Di Era Digital Dan Budaya Siber.
- Moriarty, Sandra, Wells, William, Burnet, John. 2000. *Advertising Principles and Practice*. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.

- Sabriana, I., & Indrawan, J. (2020). Mengembangkan kesadaran diri (self-awareness) masyarakat untuk menghadapi ancaman non-tradisional: studi kasus Covid-19. *Jurnal Lemhannas RI*, 8(2).
- Utari, Prahastiwi. 2011. Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi. Aspikom : Yogyakarta.
- Nasrullah, Dede. (2016). Buku Ajar Keperawatan Gerontik Jilid I Dengan Pendekatan Asuhan Keperawatan NANDA, NIC-NOC. Jakarta Timur : TIM.
- Noza, C., & Primayanti, A. (2019). Pemanfaatan Akun Twitter@ Womanfeeds Sebagai Media Informasi Dikalangan Followersnya. *eProceedings of Management*, 6(3).
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage.
- Zaskya, M., Boham, A., & Lotulung, L. J. H. (2021). Twitter Sebagai Media Mengungkapkan Diri Pada Kalangan Milenial. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 3(1)..

Internet:

Apjii.or.id Diakses pada 7 April 2022 pukul 20.14.

Badan Pusat Statistik (<https://www.bps.go.id/publication/>) Diakses pada 8 April 2022, pukul 22.30.

Sensor Tower, (<https://sensortower.com/blog/top-apps-worldwide-march-2021/>) Diakses pada 19 April 2022, pukul 21.35