**STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP TREND VIRAL *“PLEASE, DO YOUR MAGIC”* PADA MEDIA SOSIAL *TWITTER* PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA ANGKATAN 2017**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh**

**Disusun Oleh**

**Firda Kadirman**

**17071074**

**PROGRAM STUDI ILMUKOMUNIKASI**

**FAKULAS ILMU KOMUNIKASI & MULTIMEDIA**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA YOGYAKARTA**

**2022**

**STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP TREND VIRAL *“PLEASE, DO YOUR MAGIC”* PADA MEDIA SOSIAL *TWITTER* PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA ANGKATAN 2017.**

Firda Kadirman

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Multimedia

 Firdakadirman@gmail.com

**ABSTRAK**

Salah satu kemajuan pesat yang tak terbantahkan adalah inovasi *web*, inovasi dunia maya ini merupakan inovasi yang menjadi pola bagi semua kalangan dalam memberikan dampak positif bagi kliennya bila dimanfaatkan secara tepat. Peningkatan inovasi disertai dengan akses sederhana ke *web* yang dapat menghubungkan orang-orang dari berbagai negara yang tidak berdekatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap trend viral *Twitter Please Do Your Magic* dan penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang mana merupakan penelitian yang mengungkapkan keadaan sosial tertentu dengan mendeskripsikan fakta secara benar dalam bentuk kata-kata sesuai dengan pengumpulan data yang relevan. Terdapat juga sumber data nya yaitu data primer dan data sekunder, untuk teknik pengumpulan datanya berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *keyword Twitter Please Do Your Magic* dapat memberikan efek yang sangat berpengaruh bagi kehidupan pengguna *Twitter* dan efeknya bisa berupa efek negatif dan juga efek positif.

Kata Kunci : Persepsi, *Twitter*, Efek

***ABSTRACT***

*One of the undeniable rapid advances is web innovation, this cyber innovation is an innovation that has become a pattern for all people in having a positive impact on their clients if used properly. Increased innovation accompanied by simple access to the web can connect people from countries that are not close together. The purpose of this study was to determine students' perceptions of the viral Twitter trend Please Do Your Magic and this study used a qualitative descriptive research method which is research that reveals certain social conditions by describing facts correctly in the form of words in accordance with the collection of relevant data. There are also data sources, namely primary data and secondary data, for data collection techniques in the form of interviews, observation and documentation. The results of the study show that the Twitter Please Do Your Magic keyword can have a very influential effect on the lives of Twitter users and the effect can be both negative and positive effects.*

*Keyword : Perception, Twitter, Effect*

**Pendahuluan**

Di era globalisasi ini, kebutuhan daerah yang selama ini dianggap kurang penting kini berubah menjadi kebutuhan yang esensial, khususnya kebutuhan akan data. Banyak orang memiliki bagian untuk menjadi pelanggan dan beberapa menjadi pembuat dan pembuat data. Dengan cara ini, jenis masyarakat lain muncul, yang dikenal sebagai masyarakat data.

Pemeriksaan ini dilakukan karena peningkatan korespondensi dan inovasi data yang melacak berbagai jenis aplikasi media baru. Inovasi data dan korespondensi telah membuat kemampuan manusia untuk mendapatkan, mendaur ulang, dan menyiarkan data semakin berkembang. Inovasi korespondensi memungkinkan orang untuk saling berhubungan dan memenuhi kebutuhan data dan korespondensi tanpa batas. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah inovasi web, hampir semua bagian dari kehidupan sehari-hari telah bergantung pada *web*.

Salah satu kemajuan pesat yang tak terbantahkan adalah inovasi web, inovasi dunia maya ini merupakan inovasi yang menjadi pola bagi semua kalangan dalam memberikan dampak positif bagi kliennya bila dimanfaatkan secara tepat. Peningkatan inovasi disertai dengan akses sederhana ke *web* yang dapat menghubungkan orang-orang dari berbagai negara yang tidak berdekatan. Inovasi surat menyurat kini telah berubah menjadi cara untuk mendapatkan data melalui media, pemanfaatan web dalam kebutuhan sehari-hari adalah kesadaran akan pentingnya media data dan inovasi bagi keberadaan kliennya. Kemajuan mekanik yang terjadi pada ponsel saat ini berkembang pesat, dengan ponsel tentunya dapat kita sampaikan melalui hiburan virtual dan web yang tentunya bisa mendapatkan data baik di dalam maupun di luar negeri.

 Dengan peningkatan *web* yang sangat cepat, berbagai kendala yang biasa dihadapi orang dalam mengelola satu sama lain, misalnya, jarak, waktu, jumlah, faktor batas dan kecepatan dan lain-lain sekarang dapat bertahan. Hal ini ditunjukkan dengan maraknya kekhasan kuantitas hiburan berbasis web yang muncul seperti *Facebook, Twitter, Instagram* dan lain-lain.

Informasi dari *review* yang diarahkan oleh Hubungan Penyedia Akses Web Indonesia (APJII), pada tahun 2017 total klien web di Indonesia sebanyak 143,26 juta orang. Hingga 2018, klien *web* telah berkembang menjadi 171,17 juta individu. Angka ini identik dengan 64,8% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 264,16 juta jiwa. Ini menyiratkan bahwa hampir sebagian besar penduduk Indonesia telah mengambil bagian dalam penyempurnaan *web*. Kehadiran *web* bekerja dengan akses dalam menyampaikan, mencari data dan pengalihan.

Pada hiburan virtual *Twitter,* spesialis melihat bahwa ada banyak *tweet* "Mohon, lakukan sihir Anda". Dengan penggunaan awalan string yang disebut 'mantra', dipercaya bahwa ia akan benar-benar ingin menerima banyak belas kasih, permohonan, dukungan, dan menjadi terkenal secara online dengan keinginan untuk membantu mengatasi masalah tertentu. Sebuah string dengan awalan "*Twitter,* silakan lakukan pesona Anda" dapat menerima sejumlah besar komentar, *retweet,* suka, bagikan, dan bahkan dapat menggerakkan masyarakat umum. Mantra "*Twitter*, silakan lakukan sihirmu" sering digunakan untuk menonjolkan netizen. Bertekad untuk mengumpulkan sebanyak mungkin *retweet* dan suka, kehadiran *Twitter* adalah hal yang wajar jika dilihat dan dipertimbangkan.

**Permasalahan Dan Tujuan Kajian**

Rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah Bagaimana persepsi mahasiswa terhadap trend viral *“Please, do your magic”* pada sosial media *Twitter,* kemudian untuk tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap trend viral “*Twitter please do your magic*”.

**Kajian Teori**

Persepsi merupakan sebuah proses seseorang dalam bertindak untuk mendapatkan gambaran tentang suatu hal dengan proses memilih, mengolah, dan mengartikan informasi terkait hal tersebut. Tindakan yang dilakukan itu akan memberikan pengaruh terhadap sesuatu.

Mulyana berpendapat bahwa persepsi merupakan sebuah proses dari dalam yang terdapat pilihan untuk kita pilih, mengorganisasikan dan juga penafsiran rangsangan dari sekitar kita dan proses tersebut berpengaruh terhadap tingkah laku kita kedepannya. Persepsi juga merupakan bagian utama dari komunikasi, yang mana jika poin utamanya tidak akurat maka komunikasi yang efektif tidak akan terjadi. Persepsi ini kedepannya bisa memberikan penentuan bagi kita dalam memilih sebuah pesan bahkan juga untuk menolak pesan tersebut. Jika derajat kesamaan persepsi antar individu, dan konsekuensinya maka semakin cenderung terbentuk suatu kelo pok budaya atau kelompok identitas.

Beberapa pakar komunikasi memberikan sejumlah definisi dari persepsi agar lebih jelas lagi, diantaranya :

1. Rudolf R. Verdeber

Persepsi merupakan sebuah tahapan dalam penafsiran informasi duniawi.

1. J. Cohen

Persepsi adalah sebuah bentuk interpretasi yang memiliki makna atas sensasi ketika obyek eksternal diterima. Persepsi juga berarti pengetahuan yang kelihatan dan nyata tentang situasi di luaran sana.

1. Brian Fellows

Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme dalam menerima dan menganalisis sebuah informasi”.

1. Kenneth A. Sereno dan Edward M. Bodaken

Persepsi adalah proses mental yang digunakan untuk menggali sebuah rangsangan.

1. Josepsh A. Devito

Persepsi adalah proses dengan mana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang dapat mempengaruhi indera kita.

Deddy Mulyana telah menyimpulkan beberapa definisi tersebut dengan sempurna sesuai dengan apa yang ia tuliskan sebelumnya. Liliweri juga berpendapat bahwa seseorang yang memiliki persepsi adalah *frame of refrence* yang bisa dijadikan suatu saringan untuk menyaring pesan yang dikirim kemudian disandi kembali. Persepsi disebut inti dari komunkasi karena jika persepsi itu sendiri sifatnya tidak akurat maka tidak akan tercipta juga sebuah komunikasi yang efektif. Persepsilah yang mementukan seseorang memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Jadi dapat disimpulkan secara sederhana bahwa untuk membentuk sebuah persepsi maka setiap individu harus melakukan tahap atau proses pemilihan, pengorganisasian, serta penginterprestasian sebagai stimuli yang diterimanya mengai sesuatu hal, yang selanjutnya mengungkapkan pandangan, pendapat, atau tanggapan mengenai hal tersebut pengertian-pengertian persepsi diatas juga dapat diketahui bahwa persepsi ialah inti dari sebuah komunikasi, sedangkan penafsiran atau interpretasi merupakan inti dari persepsi yang identik dengan penyadingan balik atau *deconding* dalam proses komunikasi.

**Jenis Persepsi**

Irwanto dalam Marbun menyatakan sesudah individu melakukan interaksi dengan obyek-obyek yang menjadi persepsi, maka persepsi dibedakan atas dua yaitu :

1. Persepsi positif

Persepsi ini adalah gambaran persepsi tentang pengetahuan dan pandangan yang diteruskan dengan cara pemanfaatannya. Hal ini didukung dengan aktifnya dukungan dan penerimaan akan obyek yang dipersepsikan

1. Persepsi negative

Persepsi ini merupakan gambaran tentang pengetahuan dan pandangan yang tidak sejalan dengan obyek yang dipersepsi. Hal ini akan diteruskan dengan pasifnya atau penolakan dan pertentangan akan obyek yang dipersepsikan.

**Karakter Persepsi**

Menurut Busch dan Housten yang dikutip oleh Ujang Sumarman, karakteristik persepsi dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Bersifat selektif

Manusia mempunyai batasan terkait kapasitas atau kemampuan dalam mendapatkan semua informasi dari sekitar mereka. Seseorang tentu saja menghadapi sub kumpulan yang ada batasannya terhadap obyek-obyek maupun kejadian yang seringkali terjadi di lingkungannya. Mereka cenderung memperlihatkan aspek lingkungan yang berkaitan dengan urusan pribadi. Bahkan mereka bisa menyepelekan apa yang menjadi urusan penting dan mengurus hal yang sama sekali bukan urusannya.

 2. Terorganisir dan teratur

Suatu perangsang atau pendorong tidak bisa dianggap terisolasi dari perangsang lain. Rangsangan-rangsangan dikelompokkan kedalam suatu pola ataupun informasi yang membentuk keseluruhan, jadi ketika seseorang memperhatikan sesuatu, perangsang harus berusaha untuk mengatur. Stimulus adalah apa yang dirasakan dan arti yang terdapat didalamnya adalah fungsi dari perangsang tersebut atau pendorong itu sendiri.

3. Subyektif

Persepsi merupakan fungsi dari faktor pribadi hal-hal yang berasal dari sifat penikmat atau perasa, kebutuhan, nilai-nilai, motif, pengalaman, masa lalu, pola pikir dan kepribadian seseorang individu dalam memainkan sebuah peran dalam persepsi.

**Komponen Persepsi**

Seperti telah diuraikan dalam penulisan diatas inti dari komunikasi adalah persepsi, sedangkan inti dari persepsi itu sendiri adalah interpretasi dan penafsiran. Berikut ini penguraian mengenai hal-hal yang berkaitan dengan persepsi selain penafsiran itu sendiri. Adapun hal-hal yang berhubungan dengan persepsi atau komponen dari persepsi antara lain:

1. Penginderaan atau Sensasi

Penginderaan ditangkap melalui alat-alat indera kita, antara lainnya:

1. Mata sebagai indera penglihatan dalam menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk kemudian di interpretasikan. Otak menerima kira-kira dua pertiga pesan dari rangsangan visual sehingga dapat dikatakan penglihatan sebagai indera yang paling utama.
2. Telinga sebagai indera pendengaran juga dalam menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk kemudian ditafsirkan dalam suara ini dapat diterima dari semua arah.
3. Hidung sebagai indera penciuman.
4. Kulit sebagai indera peraba
5. Lidah sebagai indera pengecap dan perasa
6. Atensi

Dalam proses persepsi, atensi tidak dapat dihindarkan sebab sebelum seseorang memberikan respon atau menafsirkan kejadian ataupun rangsangan apapun, orang tersebut terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsnagan tersebut. Dalam hal ini rangsangan yang menarik atensi akan dianggap lebih penting oleh orang tersebut, daripada rangsangan yang tidak menarik perhatiannya. Rangsangan yang tidak menarik perhatian seseorang akan cenderung diabaikan oleh orang tersebut.

1. Interpretasi

Interpretasi adalah sebuah pesan yang diperoleh seseorang melalui salah satu atau indera orang tersebut merupakan tahap terpenting dalam proses persepsi. Namun, tidak semua pesan atau rangsangan dapat ditangkap oleh indera seseorang bisa diinterpretasikan semuanya oleh orang tersebut, karna berbagai alasan, diantaranya: tidak sesuai dengan kepentingannya, keterbatasan kemampuan panca indera dalam menngkap rangsangan yang terlampau banyak dalam suatu waktu yang sama, dan tidak semua rangsangan memiliki daya tarik yang sama bagi orang tersebut.

Tubbs dan Moss dalam bukunya *Human Communication* mengatakan jika persepsi terbentuk atas seleksi, organisasi dan juga tafsiran. Persepsi merupakan sebuah tahapan aktif yang mana semua orang memperlihatkan, mengorganisasikan, menafsirkan seluruh pengalaman secara selektif. Stimuli tersebut dipilih berdasarkan hobi, motivasi, kemauan dan juga harapan. Manusia lebih mengorganisasikan stimulinya secara efektif, yang artinya adalah stimuli diurutkan dan penyajiannya secara keseluruhan, lengkap dan dapat dirasakan. Stimuli dipersepsikan dan diorganisasikan secara selektif, kemudian penafsiran stimuli juga dilakukan secara selektif. Hal tersebut bearti bahwa stimuli memberikan arti yang unik oleh seseorang yang menerimannya melalui masa lalu, asumsi perilaku, suasan hati, dan harapan orang tersebut. Tiga tahap ataupun komponen persepsi baik sensasi, atensi, dan interpretasi atau seleksi (mencakup atensi dan sensasi), organisasi dan interpretasi pada dasarnya adalah sama.

**Proses Terjadinya Persepsi**

Proses terjadinya persepsi terbagi dalam empat tahap, yaitu:

1. Perhatian dan Seleksi *(Attention dan Selection)*

Pemilihan secara selektif hanya hanya memberikan pada proporsi yang kecil dari seluruh informas yang ada, proses seleksi ini berasal dari proses yang terkontrol, yaitu individu secara sadar memutuskan informasi mana yang akan diperhatikan dan mana yang diabaikan.

1. Organisasi *(Organization)*

Pada tahap ini seluruh informasi yang telah masuk seleksi pada tahap sebelumnya akan diorganisasikan. Adapun cara untuk mengoragnisasi informan secara efesien adalah *schema. Schema* adalah kerangka kognitif yang menggambarkan pengetahuan yang diorganisasi dengan pemberian konsep atau stimulus yang dibangun melalui pengalaman.

1. Interpretasi *(Interpretation)*

Setelah perhatian digambarkan pada stimulus tertentu dan informasi telah di organisasi maka individu akan mencoba untuk medapatkan jawaban tentang makna informasi tersebut. Tahap ini sangat dipengaruhi oleh causal attribution, yaitu sebuah percobaan untuk menjelaskan mengapa sesuatu itu terjadi seperti itu.

1. Pencarian kembali *(Retrieval)*

Informasi yang telah disimpan dalam memori harus dicari kembali bila informasi tersebut digunakan. Individu akan lebih mudah mendapatkan kembali informasi yang telah disimpan bila telah terskema dan terorganisir.

Jadi proses persepsi diawali dengan perhatian dan seleksi terhadap informasi yang ada, kemudia informasi yang telah terseleksi tersebut diorganisir, setelah itu mulailah tehap interpretasi yaitu individu mencoba memahami makna informasi tersebut. Ketika individu membutuhkan informasi tersebut, maka dilakukan tahap pencarian kembali.

**Hal-Hal Yang Mempengaruhi Persepsi**

Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas disekelilingnya. Berikut ini bebrapa prinsip penting mengenai persepsi terutama yang berkaitan dengan persepsi sosial, yang dapat dikatakan bahwa prinsip-prinsip ini mempengaruhi persepsi yang dilakukan manusia antara lain :

1. Persepsi berdasarkan pengalaman

Pola-pola perilaku manusia berdasarkan persepsi mereka mengenai realitas (sosial) yang telah dipelajari sebelumnya. Menurut Gudy Kunst dan Kim dalam Mulyana bahwa persepsi manusia terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa. Ketiadaan pengalaman terdahulu dalam menghadapi suatu objek jelas akan membuat seseoranag akan menafsirkan objek tersebut berdasarkan dugaan semata atau pengalaman yang mirip. Hal tersebut membuat seseorang terbiasa merespon suatu objek dengan cara tertentu, sehingga seseorang sering kali gagal mempersepsikan perbedaan yang sama dalam suatu objek lain yang mirip. Manusia cenderung memperlakukan objek tersebut seperti sebelumnya, padahal terdapat rincian lain dalam objek tersebut.

1. Perspektif bersifat selektif

Jika setiap seseorang diserbu dengan jutaan rangsangan indrawi dan diharuskan untuk menafsirkan rangsnagan tersebut semuanya, pastilah seseorang tersebut tidak mampu melakukannya, sebab adanya keterbatasan kemampuan indrawi setiap orang dalam merangkap rangsangan disekitarnya. Faktor utama yang mempengaruhi selektifitas adalah atensi, dimana atensi ini sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

1. Faktor internal seperti:
2. Faktor biologis antara lain rasa lapar dan haus, yang berhubungan dengan kebutuhan.
3. Faktor fisiologis yaitu bentuk fisik yang tampak.
4. Faktor sosial seperti : gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, pengalamaan, penghasilan, peranan, status sosial, masa lalu ataupun kebiasaan.
5. Faktor psikologis seperti kemauan, keinginan, motivasi, emosi dan harapan. Faktor eksternal adalah atribut-atribut objek yang dipersepsi oleh gerakan, kontras, kebaruan, ataupun pérulangan.
6. Persepsi bersifat dugaan

Sama seperti proses seleksi, langkah ini dianggap perlu karena seseorang tidak mungkin memperoleh rincian yang jelas melalui kelima inderanya. Proses persepsi yang bersifat dugaan ini memungkinkan seseorang menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari sudut pandang manapun. Hal tersebut disebabkan karena keterbatasan informasi yang diperoleh melalui alat-alat indera yang dimiliki manusia, menyebabkan terjadinya ruang kosong sehingga perlu menciptakan persepsi yang bersifat dugaan agar dapat menyediakan informasi yang lengkap bagi ruang kosong tersebut.

1. Persepsi bersifat evaluatif

Tidak pernah ada persepsi yang seratus persen objektif, setiap orang perlu melakukan interpretasi berdasarkan masa lalu dan kepentingannya ketika melakukan interpretasi pesan, seseorang harus melakukan evaluasi pesan berdasarkan pengalaman terdahulu yang pernah dialaminya, begitu pula setelah melakukan interpretasi pesan seseorang akan tetap melakukan evaluasi berdasarakan pengalaman yang pernah diamali terdahulu untuk mencocokan apakah kejadiannya sama. Dengan demikian persepsi bersifat pribadi dan sebjektif.

1. Persepsi bersifat kontekstual

Setiap rangsangan dari luar harus diorganisasikan. Semua pengaruh yang ada dalam persepsi seseorang, konteks merupakan salah satu pengaruh yang ada dalam persepsi seseorang, konteks merupakan salah satu pengaruh yang kuat. Dalam mengorganisasikan suatu objek, seseorang biasanya meletakkan dalam suatu konteks tertentu dengan prinsip-prinsip :

1. Struktur objek atau kejadian berdasarkan prinsip kemiripan atau kedekatan dan kelengkapan
2. Kecenderungan seseorang dalam mempersepsi suatu rangsangan atau kejadian berdasarkan latar belakangnya.

**Metode Kajian**

Penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif*.* Yang dimaksud dengan penelitian deskriptif kualitatif yaitu pemahaman fenomena terkait apa yang subyek penelitian alami seperti persepsi, tingkah laku, motivasi dan lain sebagainya melalui deskripsi dengan kata-kata dan bahasa atas sebuah konteks khusus secara alami dan menggunakan cara yang alamiah. Penelitian yang dilakukan penulis melalui berbagai tahap dalam kurun waktu tertentu. Data yang didapatkan oleh penulis melalui wawancara dengan informan penelitian terkait persepsi mahasiswa terhadap trend viral *Twitter please do your magic*. Pada penelitian ini penulis memaparkan tentang persepsi mahasiswa terhadap *keyword twitter* dan juga dampaknya baik dampak negative maupun positif.

**Sumber Data**

Dalam sebuah penelitian terdapat sumber data yang mana merupakan bagian terpenting karena sumber data akan berkaitan dengan kualitas penelitian dan hasil penelitian. Maka dari itu sumber data menjadi bahan perbandingan ketika menentukan metode dalam mengumpulkan data. Adapun terdapat dua jenis sumber data yaitu :

1. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang didapati langsung dari informan penelitian, yang artinya peneliti mendapatkan data atau informasi secara langsung melalui instrument-instrumen yang sudah ditetapkan. Data primer yang terkumpul berfungsi sebagai jawaban atas pertanyaan penelitian. Mengumpulkan data primer adalah bagian internal atas alur penelitian yang seringkali diperlukan sebagai tujuan dalam mengambil keputusan. Data primer adalah data yang akurat yang mana penyajian data ini dilakukan secara terperinci. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan mahasiswa mahasiswi Universitas Mercu Buana angkata 2017 yang mana merupakan pengguna *Twitter*.

1. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan ataupun dikumpulkan peneliti yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder bisa diperoleh dari berbagai macam sumber seperti buku, laporan, jurnal dan lain-lain.

**Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian kualitatif ini penulis sendiri secara langsung menghubungi informan penelitian guna untuk mendapatkan data. Untuk memperoleh data maka berikut teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data :

1. Observasi (Pengamatan)

Nasution mengatakan bahwa observasi adalah bagian awal dari semua ilmu pengetahuan. Data yang didapati melalui berbagai cara yang modern dan bisa mengetahui hal apapun serta dapat di amati secara jelas. Metode observasi ini digunakan oleh peneliti untuk melihat secara langsung tentang keadaan yang ada di lapangan agar peneliti dapat mendapatkan informasi lebih bnayak dan luas mengenai permasalahan yang diteliti. Peneliti melakukan observasi dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang akurat terkait topic yang dibahas.

1. Wawancara (*Interview)*

Esterbeg dalam Sugiyono menyatakan bahwa wawancara dapat diartikan pertemuan dua orang sebagai proses bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat diperoleh makna dalam suatu topik yang dibicarakan Wawancara yang dilakukan ini berupa pertanyaan seputar topic yang diteliti yang kemudian akan dijawab oleh informan penelitian. Jawaban Dalam metode ini, peneliti memberikan pertanyaan kepada responden kemudian dicatat atau direkam oleh peneliti. Wawancara bisa dilakukan baik secara langsung dan tidak langsung. Wawancara langsung dilakukan dengan bertemu tatap muka sedangkan wawancara tidak langsung dilakukan melalui *smartphone* via *whatsapp* dan lain sebagainya. Dalam melakukan wawancara penulis terlebih dahulu membuat daftar pertanyaan yang nantinya akan diberikan ke informan penelitian.

1. Dokumentasi

Pengambilan dokumentasi dilakukan saat melakukan observasi dan wawancara. Dokumentasi bisa berbentuk gambar, tulisan atau karya-karya dari seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkap dari metode penelitian kualitatif yang digunakan setelah metode wawancara dan observasi dilakukan.

**Analisis Data**

Analisis data dilakukan pada saat mengumpulkan data dan setelah data terkumpulkan dalam jangka waktu yang ditentukan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data model interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga selesai. Miles dan Huberman berpendapat bahwa analisis data model interaktif ini mempunyai tiga komponen, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Ketiga langkah dalam komponen analisis interaktif adalah sebagai berikut:

* 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan yang terpenting dalam melakukan penelitian kualitatif. Peneliti fokus dalam hal-hal yang penting dan utama yang nantinya akan di rangkum. Alur dalam reduksi data diawali dengan peneliti memilih kasus yang akan dibahas dan berjalan terus selama penelitian dilakukan.

* 1. Penyajian Data

Setelah data direkduksi kemudian selanjutnya adalah melakukan penyajian data. Penyajian data dapat dilakukan berupa bagan, uraian singkat dan lain sebagainya. Penyajian data ini tentu saja memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian dan mengetahui segala hal yang terjadi serta merencanakan kegiatan sesuai dengan apa peneliti pahami.

* 1. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah penemuan seperti deskripsi atau gambaran atau obyek yang sebelumnya masih terlihat jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

**Hasil Kajian**

**Persepsi Mahasiswa Terhadap Trend Viral *Twitter Do Your Magic***

Trend viral *Twitter please do your magic* adalah cuitan yang sangat populer di sosial media *Twitter*. Trend ini menjadi tempat untuk semua pengguna *Twitter*dalam mengunggah *tweet* yang bersifat mencari simpati orang serta sebagai alat dalam hal tolong menolong sesama pengguna *Twitter*.

*Twitter* memberikan kebebasan bagi penggunanya dalam mencari dan menemukan postingan-pistingan dengan *keyword* yang diinginkan. Ketika pengguna *Twitter* hendak mencari *keyword* tentang *Twitter please do your magic* maka akan muncul semua informasi dan postingan yang berkaitan dengan *keyword* tersebut. Banyak orang yang menggunakan trend viral *Twitter please do your magic* ini yaitu dari semua kalangan yang ada di berbagai daerah. Trend viral ini muncul sejak 2018 yang berawal dari cuitan seorang pengguna *Twitter* yang mengunggah postingan terkait bencana alam yang menimpa kota palu, dan dari situlah menjadi viral yang kemudian di *retweet* kembali oleh pengguna *Twitter* lainnya.

Ditemukan juga fakta bahwa informan dan pengguna *Twitter* yang lain sudah tidak asing lagi dengan trend viral *Twitter please do your magic* dan mereka juga aktif dalam bermain sosial media *Twitter .* Tidak hanya sampai disitu saja, informan juga mengikuti berita dan informasi yang di unggah oleh pengguna lain di *Twitter .* Terdapat berbagai macam informasi yang trending, namun informan mencari *keyword Twitter please do your magic*. Dengan adanya trend viral *Twitter please do your magic* maka ada juga yang namanya persepsi dari setiap orang.

Trend viral *Twitter please do your magic* juga mempunyai dampak positif yaitu menjadikan orang lain untuk berniat menolong sesama yang membutuhkan bantuan dan dengan adanya trend viral *Twitter please do your magic* ini sebagian orang bisa mencapai keinginannya. Dalam hal tolong menolong apalagi di sosial media *Twitter* tidak selalu dengan materi melainkan dengan cara me*-retweet, share* ke pengguna *Twitter* yang saling *follow* juga merupakan wujud lain dari menolong sesama.

Berdasarkan pada teori Blummer dan Elihu yang menjelaskan sebagaimana pengguna media aktif dan berperan penting dalam menggunakan serta memilih media apa yang akan dimainkan. Hal ini berarti setiap individu memiliki otonomi dalam memperlakukan media. Terkait dampak positif tersebut, pengguna media sosial tentu saja memberikan stimulus kepada dirinya sendiri agar obyek yang menjadi persepsi itu dapat diterima. Semakin banyak orang yang menggunakan *Twitter* maka cuitan-cuitan di *Twitter* pun semakin bertambah. Hal tersebut sangat berpengaruh bagi para pengguna *Twitter* karena mereka akan mendapatkan informasi dan cuitan-cuitan dengan hastag *Twitter please do your magic* yang digunakan orang lain sebagai hal yang negatif. Trend viral *Twitter please do your magic* adalah trend yang mempunyai manfaat positif yang mana sejak awal kemunculan trend ini digunakan sebagai media untuk membantu sesama dalam segala hal. Dan trend viral *Twitter please do your magic* sudah bisa dijangkau oleh semua orang. Namun tidak bisa dihindari lagi dengan adanya trendi viral ini membuat beberapa oknum menyalahgunakan *“Twitter please do your magic* untuk melakukan aksi penipuan yang merugikan banyak orang.

Banyaknya cuitan dengan hastag *Twitter please do your magic* yang kesannya hanya memanfaatkan keadaan saja maka bisa diasumsikan bahwa akan banyak juga anggapan atau persepsi yang negatif akan cuitan seperti itu, balik lagi tergantung persepsi masing-masing orang karena setiap orang mempunyai persepsi yang berbeda-beda. Informan juga sering membaca postingan yang mengarah kepada penipuan atau dengan kata lain terdapat oknum pengguna *Twitter* yang menggunakan *Twitter please do your magi*c untuk kepentingan sendiri dan niat yang tidak baik. Jika sebagai pengguna *Twitter* tidak jeli dan mengecek kembali fakta yang sebenarnya maka akan masuk kedalam jebakan berkedok cari simpati. Maka dari itu dengan adanya hal negatif yang seperti itu sebaiknya jangan buru-buru untuk me-*retweet* dan dibagikan ke pengguna *Twitter* lainnya karena akan berdampak yang lebih luas lagi bagi yang belum mengetahuinya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka kesimpulan yang peneliti dapatkan adalah mereka bahkan pengguna sosial media *Twitter* lainnya tahu dan kenal betul dengan trend viral *Twitter please do your magic*. Informan juga mengatakan sering melihat dan mengikuti beberapa akun dengan cuitan tersebut dan merupakan pengguna aktif di *Twitter .* Sudah ada beberapa kasus yang trending di *Twitter* yang mereka ikuti. Dari sinilah bisa dipahami bahwa *Twitter* menjadi bagian dari pengguna *Twitter* dalam menumpahkan keluh kesah, bercerita dan juga ada yang mencari simpati orang lain serta minta tolong ke pengguna *Twitter* yang lain. Tidak hanya itu saja, informan juga mengatakan bahwa mereka tidak serta merta terus membagikan cuitan-cuitan dengan konotasi minta tolong karena harus tetap waspada akan hal-hal yang tidak diinginkan. Jalaludin Rakhmat dalam Zain mengemukakan bahwa persepsi merupakan pengalaman terkait obyek, kejadian dan relasi-relasi yang didapati melalui kesimpulan informasi dan tafsiran pesan yang ada.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan tiga informan, ditemukan bahwa *Twitter* mempunya dampak positif dimana dengan menggunakan *Twitter* bisa menjadi tempat untuk pemenuhan akan kebutuhan informasi, pengetahuan yang sebelumnya tidak diketahui oleh seseorang. Dengan adanya rasa penasaran maka seseorang akan mencari informasi dengan *keyword* tertentu yang kemudian menjadi sebuah kebiasaan. Ini berarti sebagian besar pengguna *Twitter* ikut merasakan dampak positif ini yang mana terdapat cara pandang yang berubah, pengetahuan serta apa yang diyakininya.

Diketahui bahwa beberapa dari pengguna *Twitter* juga turut merasakan dampak positif dari trend viral *Twitter please do your magic*. Dalam teori ini dijelaskan terkait pengguna media berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna *Twitter* yang merasa ketergantungan biasanya disebabkan oleh kebutuhan akan informasi.

Dampak positif lain juga terdapat pada *Twitter* karena pengguna *Twitter* merasa puas dengan apa yang didapatkan di sosial media *Twitter* berdasarkan postingan apa yang disukai dan paling sering dicari salah satunya cuitan trend viral *Twitter please do your magic.* Namun sekarang ini terdapat banyak postingan dengan cuitan tersebut yang digunakan oleh beberapa oknum untuk hal yang tidak baik dan sebagai pengguna *Twitter* merasa kecewa dan marah. Perasaan marah dan emosi muncul karena cuitan *Twitter please do your magic* tidak selalu sesuai dengan yang di unggah.

Informan penelitian dalam konteks ini menyadari bahwa trend viral *Twitter please do your magic* bisa saja disalahgunakan untuk penipuan. Beberapa informan juga ada yang melihat dan membaca kasus-kasus penipuan yang terjadi dengan adanya trend viral ini. Memastikan sebuah informasi merupakan tindakan yang tepat dalam mengantisipasi terjadinya penipuan. Hal lain yang harus dilakukan ketika menemukan akun yang melakukan penipuan adalah dengan me-*report* akun tersebut, memberikan komentar, me-*retweet* dengan menjelaskan jika akun tersebut adalah penipu.

**Kesimpulan**

1. Persepsi mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 2017 terhadap trend viral *Twitter please do your magic* yang mana merupakan bagian dari sosial media *Twitter* yang trend dan juga digunakan oleh semua kalangan. Dengan adanya *Twitter* , semua orang bisa menjadikannya sebagai tempat atau wadah dalam mencari informasi, hiburan dan juga sebagai wadah dalam hal meminta bantuan dan juga memberikan bantuan hanya dengan menggunakan *keyword Twitter please do your magic.*
2. Sosial media *Twitter* dengan *keyword* nya yang lagi trend yaitu *Twitter please do your magic* juga memberikan dampak berupa dampak positif dan dampak negatif. Dampak positifnya adalah dengan trend viral *Twitter please do your magic* ini, semua pengguna *Twitter* bisa mengetahui informasi yang terjadi dalam sosial media *Twitter* dan memberikan pertolongan tidak secara materi tapi melalui *share*, *like* dan komen. Sedangkan dampak negatif yaitu trend *Twitter please do your magic* ini bisa disalahgunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab untuk kepentingan diri sendiri dan merugikan orang lain, dampak negatif lain yaitu terbuangnya waktu sia-sia hanya untuk bermain sosial media *Twitter*.

**Daftar Pustaka**

Indriantoro dan Supomo. 2009. Metode Penelitan. Jakarta : PT. Gramedia.

Liliweri, Allo, 2011, Dasar-dasar komunikasi antar budaya, Pustaka Pelajar, Yogyakarta

Marbun, Lastrida S. 2019. Persepsi Mahasiswa Tentang Gaya Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo Melalui Media Sosial Youtube. Universitas Medan Area.

Moleong, j, Lexy. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung:

PT. Remaja
Rosdakarya.

Mulyana, Deddy, 2001. Komunikasi Antar Budaya. Bandung : Rosda Karya

Mulyana, Deddy, 2015, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.

Purhantara, Wahyu, Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis, Yogyakarta:
Graha Ilmu, 2010.

Siyoto, Sandu dan Ali Sodik, 2015,Dasar Metedologi Penelitian, Literasi Media Publishing, Yogyakarta.