

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

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.¹

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

¹ Mursito, BM, 2006, Memahami Institusi Media, Lindu Pustaka, Surakarta.

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 orang². 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 jiwa³. 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.

Dengan kemajuan *web* yang cepat, berbagai kendala yang biasa dihadapi orang dalam berbicara satu sama lain, misalnya, jarak, waktu, jumlah, faktor batas dan kecepatan dan lain-lain kini dapat diatasi. Hal ini ditunjukkan dengan maraknya kekhasan kuantitas hiburan berbasis web yang muncul seperti *Facebook, Twitter, Instagram* dan lain-lain. Hiburan virtual memungkinkan setiap orang untuk memiliki hubungan dua arah dengan praktis tanpa batas waktu, jarak, atau biaya. Hiburan berbasis *web* hanya membutuhkan asosiasi *web* dengan antarmuka satu sama lain.

Sosial media adalah media berbasis internet yang memudahkan klien untuk mengambil bagian, berbagi, memberikan data, mulai dari data tentang masalah pemerintahan, bisnis, sekolah, kuliner, kesejahteraan, budaya, pengalihan, atau memberikan data lain yang berbeda. Hiburan berbasis *web* tersedia mengingat kemajuan dalam inovasi korespondensi, munculnya hiburan virtual dipicu oleh kemajuan dalam inovasi korespondensi, perkembangan hiburan online di pengaruhi oleh kebutuhan klien *web* dalam mencari data, menyebarkan data dan

² <https://ekonomi.kompas.com/> diakses pada tanggal 05 Juni 2022

³ <https://apjii.or.id/> diakses pada tanggal 05 Juni 2022

menyampaikan secara luas yang bersifat privat melalui media pilihan, yang dapat menghubungkan klien tanpa dibatasi oleh kontras jarak dan waktu.

Sangat mungkin salah satu aplikasi media sosial yang paling terkenal di Indonesia adalah *Twitter*. *Twitter* adalah salah satu hiburan virtual tercepat untuk data. Dikutip dari Kompas Tekno, jumlah pengguna *Twitter* sehari-hari di seluruh dunia mengaku bertambah. Dalam laporan moneter *Twitter* kuartal ketiga 2019, klien dinamis dari hari ke hari dari tahap *Twitter* mencatat kenaikan 17%, menjadi 145 juta klien. Menariknya, Wilayah Indonesia disebut sebagai salah satu negara dengan perkembangan terbesar klien *Twitter* dinamis sehari-hari⁴. Berdasarkan informasi dari review Hootsuite Januari 2019, dikutip oleh Databoks, *Twitter* sangat mungkin menjadi media sosial yang paling efektif digunakan oleh bangsa Indonesia dengan akses mencapai 56%. Ini berarti bahwa sebanyak 56% dari klien *web* yang tercatat menggunakan *Twitter* pada perangkat mereka⁵.

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.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian skripsi tentang “ Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Mahasiswa Terhadap Trend Viral “*Please, Do Your Magic*” Pada Media Sosial *Twitter* Pada

⁴ Clinton, B. 2019, Pengguna Aktif Harian Twitter Indonesia Diklaim Terbanyak, Tekno Kompas, Jakarta. di akses pada tanggal 06 Juni 2022

⁵ Jayani, D. H. 2019, Media sosial yang paling sering di gunakan di Indonesia, Databoks. Di akses pada tanggal 06 Juni 2022

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 2017. Judul dipilih ini bertujuan untuk mengadakan penelitian lebih jauh terkait dengan analisis persepsi mahasiswa terhadap trend viral *“Please, do your magic”* pada sosial media *Twitter*.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalahnya adalah : Bagaimana persepsi mahasiswa terhadap trend viral *“Please, do your magic”* pada sosial media *Twitter*?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Dari rumusan masalah yang tertera diatas maka tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap trend viral *“Please, do your magic”* pada sosial media *Twitter*.

1.4 MANFAAT AKADEMIS DAN PRAKTIS

Manfaat dari kegiatan penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritik
 - a. Untuk mengetahui mengenai persepsi mahasiswa terhadap trend viral *“Please, do your magic”* pada sosial media *Twitter*.
 - b. Untuk mengetahui mengapa *“Please, do your magic”* pada sosial media *Twitter* menjadi trend viral.
2. Manfaat Praktis
 - a. Secara praktis adalah manfaat dari penelitian yang akan dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.
 - b. Sebagai bahan bacaan dan salah satu sumber informasi bagi pengguna yang akan meneliti mengenai analisis persepsi mahasiswa terhadap trend viral *“Please, do your magic”* pada sosial media *Twitter*.

1.5 METODOLOGI PENELITIAN

1.5.1 Jenis Penelitian

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.⁶

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.

1.5.2 Subyek Penelitian

Yang menjadi subyek pada penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi universitas Mercu Buana Yogyakarta angkatan 2017. Subyek penelitian tersebut nantinya akan diminta untuk memberikan keterangan berupa jawaban dari wawancara terkait persepsi mahasiswa terhadap trend viral *Twitter please do your magic* yang mana menjadi tempat bagi semua orang bisa memberikan pertolongan dan meminta bantuan melalui *keyword* tersebut.

1.5.3 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 :⁷

a. 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

⁶ Moleong, j, Lexy. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

⁷ Purhantara, Wahyu, Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

penelitian yang seringkali diperlukan sebagai tujuan dalam mengambil keputusan. Data primer adalah data yang akurat yang mana penyajian data ini dilakukan secara terperinci.⁸

Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan mahasiswa mahasiswi Universitas Mercu Buana angkata 2017 yang mana merupakan pengguna *Twitter*.

b. 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.

1.5.4 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 :

a. 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.⁹ 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.

b. 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

⁸ Indriantoro dan Supomo. 2009. Metode Penelitan. Jakarta : PT. Gramedia.

⁹ Sugiyono, 2018, Metode Penelitian Kualitatif, Alvabeta, Bandung.

dibicarakan¹⁰. 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.

c. 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.¹¹

1.5.5 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:¹²

a. 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

¹⁰ Sugiyono, 2018, Metode Penelitian Kualitatif, Alfabeta, Bandung.

¹¹ Sugiyono, 2018, Metode Penelitian Kualitatif, Alfabeta, Bandung.

¹² Sugiyono, 2018, Metode Penelitian Kualitatif, Alfabeta, Bandung.

peneliti memilih kasus yang akan dibahas dan berjalan terus selama penelitian dilakukan.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi 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.

c. 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.