

Analisis Penggunaan Jejaring Sosial Twitter dalam Membentuk Respon Publik (Studi Kasus Jejaring Sosial Twitter @RollingStoneINA)

Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Konsentrasi Jurnalistik
Program studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Harun Kurnia

NIM 6662091697

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang

2014

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Harun Kurnia
NIM : 6662091697
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 14 Agustus 1990
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul *Analisis Penggunaan Jejaring Sosial Twitter dalam Membentuk Respon Publik(Studi Kasus Jejaring Sosial Twitter @RollingStoneINA)* adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini mengandung unsur plagiat, maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Tangerang, April 2014

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Harun Kurnia
NIM : 6662091697
Judul Skripsi : Analisis Penggunaan Jejaring Sosial Twitter dalam
Membentuk Respon Publik (Studi Kasus Jejaring Sosial
Twitter @RollingStoneINA)

Serang, April 2014

Skripsi ini telah Disetujui untuk Diujikan

Menyetujui,

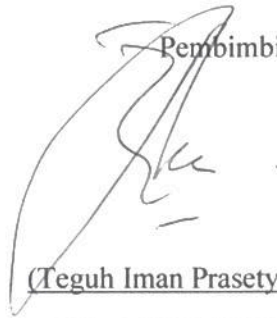
Pembimbing I



(Rahmi Winangsih Dra., M.Si)

NIP : 196810192005012001

Pembimbing II

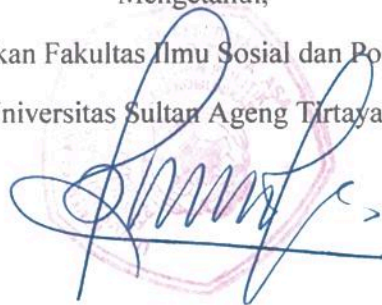


(Teguh Iman Prasetya, M.Si)

NIP : 197107182005011001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa



(Dr. Agus Sajafari, S.Sos., M.Si)

NIP : 197108242005011002

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & POLITIK
UNIVERSITA SULTAN AGENG TIRTAYASA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : HARUN KURNIA

NIM : 6662091697

Judul Skripsi : ANALISIS PENGGUNAAN JEJARING SOSIAL TWITTER DALAM
MEMBENTUK RESPON PUBLIK (Studi Kasus Jejaring Sosial
@RollingStoneINA)

Telah diuji di hadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi di Serang, tanggal bulan tahun dan dinyatakan **LULUS**.

Serang, Mei 2014

Mengetahui,

Ketua Penguji :

1. Isti Nursih, S.Sos, M.I.Kom

NIP. 197508102005012001

Anggota

2. Ranga Galura Gumelar, Dipl.(FH), M.Si

NIP . 198102212008121002

Anggota

3. Rahmi Winangsih Dra., M.Si

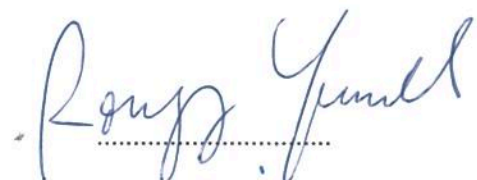
NIP . 196810192005012001

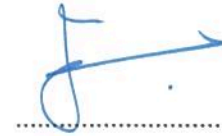
Dekan FISIP Untirta



(Dr. Agus Sjafari, M.Si)
NIP. 197108242005011002


.....


.....


.....

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi




(Neka Fitriyah, S.Sos, M.Si)
NIP . 197708112005012003

**“Konsisten dan berdoa adalah cara meraih Mimpi
dan Kesuksesan”**

**Skripsi ini kupersembahkan untuk orang tua ku yang telah
membimbingku dan membesarkan dengan segala
keringatnya dan kasih sayangnya hingga sampai saat ini.
Serta doa tulus dari Ayah dan Ibu akhirnya skripsi ini bisa
terselesaikan.**

ABSTRAK

Harun Kurnia. NIM. 091697. Skripsi. Analisis Penggunaan Jejaring Sosial Twitter dalam Membentuk Respon Publik (Studi Kasus Jejaring Sosial Twitter @RollingStoneINA).

Dewasa ini orang-orang lebih banyak menghabiskan waktu bertukar informasi mereka dengan orang lain dengan menggunakan ruang obrol (*chat room*) di komputer. Hal ini merupakan perkembangan dari sebuah *new media* yang memudahkan seseorang dalam bertukar informasi. Bentuk nyatanya dengan membentuk jejaring sosial Twitter dengan akun @RollingStoneINA. Tujuan dari penelitian ini salah satunya adalah alasan penggunaan jejaring sosial Twitter dalam membentuk respon publik. Adapun model atau teori dari penelitian ini adalah Shannon dan Weaver atau yang sering disebut Teori Informasi, dimana teori ini dapat diterapkan kepada konteks komunikasi publik atau komunikasi massa. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan studi kasus pada objek penelitian. Kesimpulan dari skripsi ini mengungkapkan alasan penggunaan jejaring sosial Twitter @RollingStoneINA dalam membentuk respon publik, lantaran jejaring sosial Twitter merupakan media nomor satu penghasil *page views* bagi Rollingstone.co.id serta juga untuk menjaga *awareness* pelanggannya, terhadap majalah Rolling Stone Indonesia edisi terbaru.

Kata kunci: Jejaring Sosial Twitter, Spiral keheningan, respon publik.

ABSTRACT

Harun Kurnia. NIM. 091697. Thesis. Social Network Analysis Using Twitter in Forming Public Response (Case Study Social Network Twitter @ RollingStoneINA).

Nowadays, people spend their time for exchanging the information with other using chat room in the computer. This is the development of a new media that enable one to exchange information. One of manifestation from this development is social media Twitter account of Indonesian Rolling Stone Magazine known as @RollingStoneINA. One of goals from this research is to understand how social media Twitter influence public response. The theory that used in this research is Shannon and Weaver or Information Theory. This theory gives using for context of publiccommunication or mass communication. Methodology that used in this research is qualitative with study case on object of research. The conclusion reveals the reason of using social media Twitter of @RollingStoneINA on forming public response in case of traffic generator for rollingstone.co.id and also on keeping customers awareness at new issue of printed Indonesian Rolling Stone Magazines.

Key Words : Social Media Twitter, Spiral of Silence, Public response

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah swt atas nikmat, rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitiannya yang berjudul “Analisis Penggunaan Jejaring Sosial Twitter dalam Membentuk Respon Publik(Studi Kasus Jejaring Sosial Twitter @RollingStoneINA).

Skripsi ini dibuat dan juga diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten. Peneliti menyadari masih ada kekurangan dan juga keterbatasan baik dari segi kemampuan penyajian data, maupun pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti dan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat membantu untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

Pada kesempatan kali ini peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih serta rasa hormat sedalam-dalamnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Sholeh Hidayat, M.Pd, selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa periode 2011-2015.
2. Bapak Dr. Agus Sajafari, S.Sos, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Ibu Mia Dwianna, S.Sos, M.Ikom selaku Pembantu Dekan 3 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
4. Ibu Neka Fitriyah, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
5. Ibu Asri Praceka, S.Sos, M.I.Kom, Selaku Sekertaris Jurusan Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sultang Ageng Tirtayasa, sekaligus dosen yang terus memberikan dukungan semangat.
6. Ibu Rahmi Winangsih Dra., M.Si, selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan saran dan arahan untuk merampungkan skripsi ini.

7. Bapak Teguh Iman Prasetya SE, M.Si, selaku dosen pembimbing kedua yang memberikan arahan serta masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Isti Nursih, S.Sos, M.I.Kom, selaku ketua penguji yang telah memberikan saran dan masukkannya agar skripsi menjadi lebih baik lagi.
9. Bapak Rangga Galura Gumelar, Dipl.(FH), M.Si, selaku dosen penguji yang juga telah memberikan masukan dan kritiknya untuk menjadikan skripsi ini lebih baik lagi.
10. Bapak/Ibu Dosen serta seluruh staff pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, yang telah memberikan bekal ilmu dengan segala manfaat untuk peneliti.
11. Ibunda (Murnia Dewi) dan juga Ayah (Agil Ibrahim) yang selalu memberikan segala dukungannya baik moril maupun materil, hingga terselesaikannya skripsi ini.
12. Kakak, Miftahul Jannah dan Suaminya, Fajar Gumelar beserta ponakkan ku, Kanaya Shanum Laylatama dan juga Didi adik ku tersayang, yang selalu memberikan semangat dan doanya penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Meita Fajriana, sosok wanita yang selalu memberikan support, motivasi, dan juga doanya kepada penulis selama ini.
14. Muchyi, Aji, dan Amel, sahabat saya sejak SMA yang selalu memberikan segala dukungannya kepada penulis.
15. Danang, Isank, dan Selig, selaku pendiri Three On Speed Webzine, yang terus memberikan doa dan juga segala hal yang diperlukan oleh penulis.
16. Kawan-kawan jurnalistik angkatan 2009 (Ica, Febi, Elga, Niken, Daru, Susi, Rahmi, Nike, Santi, Widya, Huda, Rani, Dewi, Tulus, Krisna, Indra, Lilin, Dayat, Agung, Susa dan teman lainnya) dan juga para mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2009, terima kasih atas atmosfer keluarga yang kalian berikan.

17. Mas Wendi Putranto, selaku Narasumber utama saya, yang telah memberikan informasi yang penulis butuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
18. Zaka Sandra dan Robby Wahyudi, telah menyediakan waktu untuk memberikan informasi yang membantu terselesaikannya skripsi ini.
19. Pihak Rolling Stone Indonesia yang telah memberikan segala bentuk bantuannya.
20. Seluruh pihak yang terkait dalam membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan Karunia-Nya, atas segala kebaikan yang telah diberikan oleh pihak pihak yang telah membantu peneliti. Akhirnya, penulis berharap agar skripsi ini mempunyai manfaat bagi seluruh pihak yang membacanya.

Tangerang, April 2014

Penulis.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Signifikansi Penelitian	8
1.5.1 Signifikansi Akademik	8
1.5.2 Signifikansi Praktis	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi	10
2.1.1 Komunikasi Massa	12
2.1.2 Computer Mediated Communication	12
2.1.3 Definisi Computer Mediated Communication	13
2.1.4 Definisi Internet	15
2.1.5 Website	17
2.1.6 Media Online atau New Media	18
2.1.7 Karakteristik Media Online	19

17. Mas Wendi Putranto, selaku Narasumber utama saya, yang telah memberikan informasi yang penulis butuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
18. Zaka Sandra dan Robby Wahyudi, telah menyediakan waktu untuk memberikan informasi yang membantu terselesaikannya skripsi ini.
19. Pihak Rolling Stone Indonesia yang telah memberikan segala bentuk bantuannya.
20. Seluruh pihak yang terkait dalam membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan Karunia-Nya, atas segala kebaikan yang telah diberikan oleh pihak pihak yang telah membantu peneliti. Akhirnya, penulis berharap agar skripsi ini mempunyai manfaat bagi seluruh pihak yang membacanya.

Tangerang, April 2014

Penulis.

2.1.8 Media Sosial atau Jejaring Sosial	21
2.1.9 Karakteristik Jejaring Sosial atau Media Sosial	21
2.1.10 Twitter	22
2.1.11 Publik atau Khalayak	25
2.1.12 Respon	25
2.2 Model Shannon dan Weaver	26
2.2.1 Asumsi Teori	27
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Penelitian Sebelumnya	31

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi	33
3.2 Teknik Pengumpulan Data	35
3.2.1 Observasi	35
3.2.2 Wawancara	36
3.2.3 Dokumentasi	37
3.3 Informan Penelitian	38
3.4 Teknik Analisis Data	39
3.5 Validitas Data	40
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	42

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	44
4.1.1 Visi dan Misi Majalah Rolling Stone Indonesia	46
4.1.2 Struktur Organisasi Rolling Stone Indonesia	46
4.1.3 Logo Perusahaan	47
4.2 Analisis Data dan Pembahasan	47
4.2.1 Proses Pemilihan Serta Publikasi Berita Rolling Stone Indonesia.....	52

4.2.2	Twitter @RollingStoneINA dan Fungsinya	57
4.2.3	Iklan di Twitter @RollingStoneINA	62
4.2.4	Upaya atau Cara Menggunakan Tweet @RollingStoneINA Dalam Membentuk Respon Publik	64
4.2.5	Noise atau Gangguan	66
4.2.6	Respon	70

BAB V KESIMPULAN

5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Shannon dan Weaver	27
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.3 Alur Proses Berita	55
Gambar 4.4 Profil Twitter @RollingstoneINA	57
Gambar 4.5 Majalah Edisi Terbaru via @RollingStoneINA	59
Gambar 4.6 Iklan di @RollingStoneINA	63
Gambar 4.7 Noise di @RollingStoneINA.....	69
Gambar 4.8 Berita J-Pop @RollingStoneINA	71
Gambar 4.9 Berita AMI Awards di @RollingStoneINA	72
Gambar 4.10 Komentar Review Dream Theater via @RollingStoneINA	73
Gambar 4.11 Respon di @RollingStoneINA	76

DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Sebelumnya	31
3.2 Tabel Jadwal Penelitian	43
4.3 Tabel Wawancara Informan	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	i
Lampiran 2 Pedoman Observasi	v
Lampiran 3 Curriculum Vitae Wendi Putranto	vi
Lampiran 4 Trankrip Wawancara dengan Wendi Putranto	viii
Lampiran 5 Curriculum Vitae Danang Suryo	xviii
Lampiran 6 Transkrip Wawancara dengan Danang Suryo	xix
Lampiran 7 Curriculum Vitae Robby Wahyudi Onggo	xxii
Lampiran 8 Transkrip Wawancara dengan Robby Wahyudi	xxiii
Lampiran 9 Curriculum Vitae Zaka Sandra Novian	xxvii
Lampiran 10 Transkrip Wawancara dengan Zaka Sandra Novian	xxviii
Lampiran 11 Curriculum Vitae Satria Kinayungan	xxxi
Lampiran 12 Transkrip Wawancara dengan Satria Kinayungan	xxxii
Lampiran 13 Lembar Dokumentasi dan Observasi	xxxvi
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup	xxxix

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah melahirkan berbagai jenis aplikasi media baru yang melipatgandakan kemampuan manusia untuk menerima, memproses, menyiarkan informasi, serta memudahkan dalam berkomunikasi. Komunikasi sendiri merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan hidup. Tanpa berkomunikasi dan bersosialisasi hidup akan terasa diasingkan oleh lingkungan.

Menurut Gordon I. Zimmerman, merumuskan bahwa tujuan besar komunikasi ada dua, yakni : pertama untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan seseorang dan menikmati kedua, yang kedua komunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan orang yang satu dengan orang lainnya. Secara garis besar komunikasi ini mempunyai fungsi isi, dimana seseorang berkomunikasi untuk bertukar informasi untuk menyelesaikan tugas dan fungsi hubungan, dimana saat bertukar informasi itu seseorang dapat mengetahui hubungan seseorang dengan orang lain.(Deddy Mulyana, 2005:4)

Bahkan dewasa ini, orang-orang menghabiskan lebih banyak bertukar informasi dengan orang lain dengan menggunakan ruang obrol (*chat room*) di komputer, dan permainan dunia maya (*virtual*) memberi dimensi pengalaman dan

kepuasan baru bagi penggunanya. Hal ini merupakan perkembangan dari sebuah *new media* yang memudahkan seseorang dalam bertukar informasi.

New media ini bisa juga diartikan sebagai media online dalam mempermudah menyampaikan pesan melalui perantara perangkat digital. Internet sendiri merupakan komponen terpenting dalam perkembangan *new media* pada saat ini.

Internet sebenarnya berasal dari jaringan sebuah komputer Departemen Pertahanan AS yang diciptakan pada tahun 1960 yang pada saat itu disebut dengan ARPAnet. Itu merupakan sebuah singkatan dari Advanced Research Project Agency Network. Pada saat itu Pentagon membangun itu sebagai alat bertukar informasi dengan kontraktor militer dan universitas yang melakukan riset militer. Dan pada tahun 1983, *National Science Foundation* (NSF), mengambil alih proyek ini. Kemudian jaringan NSF menjadi konektor ribuan konektor jaringan lainnya. Untuk system backbone yang menghubungkan jaringan-jaringan, dan Internet adalah nama yang tepat untuk semua itu. (Vivian, 2008:266)

Internet juga merupakan perkakas sempurna untuk menyiagakan dan mengumpulkan sejumlah besar orang secara elektronis. Informasi mengenai suatu peristiwa tertentu dapat di transmisikan secara langsung, sehingga membuatnya menjadi suatu piranti meriah yang sangat efektif. Banyak sekali forum yang tersedia untuk tujuan istimewa ini. (Komala, 2007:153)

Jadi internet merupakan sebuah jaringan yang menjadi sebuah konektor kepada orang-orang pada dunia maya sebagai sarana bertukar informasi dan lainnya. Melihat data terakhir dari kompas.com, menyebutkan bahwa pengguna Internet di dunia telah mencapai angka 2,4 miliar, meningkat delapan persen dari tahun 2012. Indonesia sendiri menjadi salah satu negara dengan pengguna internet terbanyak dengan 55 juta orang, meningkat 58 persen dibandingkan tahun 2012. (www.kompas.com: 12 Agustus 2013, 18.45 WIB)

Dengan data tersebut telah membuktikan bahwa jumlah pengguna Internet baik di dunia, maupun di Indonesia terus mengalami peningkatan. Dalam penggunaannya dalam bertukar informasi, internet menyajikan aplikasi jejaring sosial yang menyajikan berbagai macam fitur dan jenis dalam sarana berkomunikasi.

Jika mengaji pengertian jejaring sosial secara harfiah, maka jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang dijalin dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lainnya. Jejaring sosial dalam bentuk sederhana yang dimaksudkan sebagai salah satu aplikasi *New Media* adalah gambaran semua ikatan yang relevan antar hubungan yang dikaji didalam sebuah aplikasi yang terorganisir didalam sebuah jaringan Internet.

Berdasarkan sumber online yang ada (www.the-marketeers.com: Pada 12 Agustus 2013, 21.00 WIB), terdapat 20 jejaring sosial yang populer di dunia. Namun, ada salah satu jejaring sosial yang berkembang pesat di dunia dewasa ini, yaitu Twitter. Walau masih kalah populer dengan Facebook dan Google+, namun

pertumbuhan pengguna jejaring sosial twitter berkembang pesat, dari data Global Web Index (GWI) ada sekitar 288 juta pengguna aktif jejaring sosial berlogo '*burung biru*' ini

Bahkan, data terakhir dari tempo.co pada akhir tahun 2012, mencatat bahwa Indonesia menjadi peringkat kelima dalam jumlah pengguna Twitter yang mencapai angka 19,5 juta member, dibawah negara Amerika Serikat dan Inggris. Tak hanya itu, *User* Twitter di Indonesia saat ini menyumbang 15% dari seluruh total tweets yang ada di seluruh penjuru dunia. Tak khayal, hal yang sedang populer di Indonesia diketahui oleh seluruh dunia. Lalu apa itu Twitter? (www.femina.co.id: Pada 13 Agustus 2013, 19.40 WIB)

Jejaring Sosial Twitter merupakan *mikrobloging* atau sebagai alat sederhana dari bentuk *blog*. *Blog* sendiri merupakan media penulisan bagi seseorang untuk bertukar informasi dan media bersosialisasi dengan media internet.

Pesan singkat atau tweet melalui jejaring sosial ini memudahkan seseorang dalam berkomunikasi dan bertukar informasi. Dalam jejaring sosial Twitter, tidak hanya kicauan-kicauan berisikan informasi didalamnya, belakangan ini ada beberapa akun yang menciptakan tweet rasis ataupun berbau kebencian, sehingga dapat memancing emosi publik. Tidak usah menelaah terlalu jauh, baru-baru ini seorang politisi sekaligus praktisi hukum harus menjadi tersangka akibat tweetnya yang dianggap sedikit rasis oleh sekelompok golongan. Sehingga menimbulkan kemarahan dari sebuah golongan akan tweetnya tersebut, dari hal itu tersebut juga akhirnya kasus ini berakhir ke pihak yang berwajib. Masih

banyak kasus lain yang terjadi di Twitter baik yang menguntungkan atau pun merugikan.

Motif dan tujuan pemanfaatan twitter dikalangan masyarakat sangat beraneka ragam. Berbagai jenis akun twitter hadir dengan spesifikasi sampai daya tarik dalam bentuk penyampaian informasi menggunakan tweet. Khalayak pun bisa memilih akun twitter media mana yang sesuai dengan kebutuhan juga gaya hidupnya.

Detik.com bisa dikatakan salah satu media yang menggunakan jasa Twitter dalam menyebarkan informasinya. Detik.com telah berdiri sejak tahun 1998 dan bisa dibilang sebagai pelopor media online yang ada di Indonesia sekarang ini.

Selain detik.com ada salah satu media cetak yang kini telah merambah ke online sampai dengan membuat akun twitter juga, yaitu Rollingstone.co.id. Rollingstone.co.id merupakan bentuk media online dari versi cetaknya Majalah Rolling Stone Indonesia yang telah berdiri sejak 2005, Majalah Rolling Stone Indonesia sendiri merupakan sebuah bagian adopsi *franschise* dari majalah musik asal Amerika, Majalah Rolling Stone. Dalam website resmi Rollingstone.co.id berisikan berita musik terkini, baik dalam negeri ataupun mancanegara.

Majalah Rolling Stone Indonesia (RollingStone.co.id) juga menggunakan jejaring sosial twitter dalam menyebarkan informasi mereka. Dengan jumlah follower mencapai 450 ribu *user* lebih, Rolling Stone Indonesia menggunakan twitter dalam menyampaikan berita mereka yang berada dalam web mereka

kepada publik dan bisa dibilang @RollingStoneINA merupakan salah satu media ber genre musik dengan jumlah *follower* terbanyak. Selain itu, tidak hanya berita yang disampaikan melalui akun twitter @RollingStoneINA ini, terkadang beberapa event yang telah *disupport* oleh Rolling Stone Indonesia publikasi yang diberikan tidak hanya melalui flyer yang ada pada majalah, tapi terkadang melalui tweet mereka dapat mempublikasikan sebuah event. Selain itu, dalam bentuk *review* terhadap sebuah acara, @RollingStoneINA dapat membentuk respon *followers*-nya.

Seperti respon yang diberikan terkait berita mengenai Anugerah Musik Indonesia(AMI) tahun 2013. Banyak sekali respon yang terjadi saat berita ini di tweet dalam jejaring sosial Twitter @RollingStoneINA lebih dari 100 ReTweet serta mention tanggapan terhadap tweet berita ini. Dengan banyaknya jumlah *follower* yang ada, bermacam pula respon yang diberikan kepada setiap tweet yang dikicaukan oleh @RollingStoneINA.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan mengamati fenomena yang terjadi tersebut pada jejaring sosial Twitter. Oleh karena itu, penulis mencoba menganalisis penggunaan Jejaring Sosial Twitter dalam membentuk respon khalayak (studi kasus pada Jejaring Sosial Twitter Majalah Rolling Stone Indonesia).

1.3 Identifikasi Masalah

Dalam membentuk sebuah respon publik bagaimana Twitter itu digunakan sebagaimana mestinya, khususnya menganalisis penggunaan jejaring sosial tersebut oleh salah satu penggunanya, yaitu media Rolling Stone Indonesia. Dari uraian di atas dan berdasarkan kepada latar belakang masalah yang ada, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengapa jejaring sosial twitterdigunakan oleh Majalah Rolling Stone Indonesia dalam membentuk respons khalayak?
2. Apa hambatan yang diterima oleh pihak Rolling Stone Indonesia dalam membentuk respon khalayak melalui jejaring sosial Twitter?
3. Bagaimana upaya Majalah Rolling Stone Indonesia dalam membentuk respons khalayakmelalui menggunakan jejaring sosial Twitternya?

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan melihat beberapa hal yang ada dalam rumusan masalah di atas maka dengan itu peneliti memiliki tujuan dalam penelitian, antara lain sebagai :

1. Agar dapat mengetahui alasan penggunaan jejaring sosial twitter yang digunakan oleh Rolling Stone Indonesia untuk membentuk respons publik.
2. Dapat mengetahui hambatan yang mempengaruhi portal berita Rolling Stone Indonesia dalam membentuk respon publik melalui jejaring sosial Twitter.

3. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi upaya dari jejaring sosial Twitter Rolling Stone Indonesia untuk dapat membentuk sebuah respons khalayak terhadap tweets-tweets yang dikicaukan oleh @RollingStoneINA

1.5 Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian yang dilakukan untuk mencari manfaat baik secara akademik dan juga praktis. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi berbagai pihak yang terkait, dengan mengetahui fenomena akan penggunaan Jejaring Sosial sebuah media dalam membentuk sebuah respon dan juga opini publik.

Dengan objek suatu media besar yang ada di Indonesia dengan skala Internasional diharapkan dapat mengetahui bagaimana sebuah media dapat membentuk sebuah opini publik.

1.5.1 Signifikansi Akademik

Signifikansi penelitian dalam bentuk akademik ini dibagi menjadi dua yaitu, pertama memberikan sumbangan pemikiran tentang apa dan bagaimana penerapan model Shannon and Weaver, khususnya dalam ilmu komunikasi. Serta menambah wawasan mengenai penggunaan teori ini dalam kehidupan sehari-hari. Kedua, untuk menganalisis dan mengidentifikasi bagaimana penggunaan twitter yang baik dan seharusnya dalam membentuk sebuah opini ataupun respon publik.

1.5.2 Signifikansi Praktis

Dengan dilakukan penelitian ini harapnya dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana jejaring sosial digunakan dalam menyebarkan informasi. Untuk mengetahui sejauh mana twitter dapat membentuk respon publik. Serta, dapat memberikan masukan terhadap media yang menggunakan twitter agar dapat menyebarkan informasi dengan maksimal.

Selain itu, peneliti juga berharap dengan penelitian ini dapat memberikan masukan kepada peneliti selanjutnya yang juga meneliti mengenai hal yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Komunikasi yang dilakukan secara baik langsung maupun tidak langsung, macam-macam bentuk pesan yang di sampaikan dalam sebuah bentuk interaksi tersebut baik pesan yang berbentuk verbal ataupun non verbal merupakan salah satu cara setiap individu dalam memenuhi kebutuhannya dan itu merupakan salah satu tujuan dari komunikasi. Selain itu, komunikasi dilakukan agar dapat membentuk suatu hubungan dengan seseorang.

Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak social dengan orang sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain di sekitar kita untuk berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Namun tujuan dasar kita berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis kita. (Deddy Mulyana,2005:4)

Berdasarkan definisi Lasswell tersebut dapat di temukan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yang pertama adalah sumber atau sering disebut sebagai pengirim pesan, komunikator, pembicara, atau originator. Kedua adalah pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima pesan yang disampaikan berupa seperangkat simbol non-verbal ataupun-verbal.

Unsur ketiga, yaitu saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyalurkan ataupun menyampaikan sebuah pesannya kepada penerima. Dan keempat adalah penerima atau disebut juga sebagai sasaran/tujuan, penyandi-balik, komunikan, khalayak, pendengar, atau penafsir, yakni orang yang menerima pesan dari sumber atau komunikator. Kelima atau terakhir adalah efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima pesan setelah menerima pesan tersebut ataupun efek yang telah diterima dari penerima tersebut.

Dari definisi di atas dapat dijelaskan komunikasi merupakan sebuah proses menyampaikan sebuah pesan baik berisikan sebuah peristiwa ataupun sebuah gagasan, kepada sasarannya dengan melalui media yang berupaya menghasilkan sebuah efek ataupun terjadi pertukaran pesan, dan fungsi komunikasi sebagai mestinya.

Selain itu, komunikasi tidak bisa begitu saja terjadi pada ruangan hampa tanpa ada gejala sosial, tetapi komunikasi terjadi dalam suatu konteks dan juga pada suatu situasi atau suasana tertentu. Faktor yang pertama adalah aspek yang bersifat fisik, kedua bersifat psikologis dan yang ketiga adalah faktor atau aspek sosial, dan yang terakhir adalah aspek waktu. (Deddy Mulyana, 2005:69)

Berdasarkan konteksnya indikator yang paling umum yang digunakan adalah jumlah peserta yang terlibat dalam sebuah komunikasi. Konteks yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah komunikasi yang jumlah pesertanya paling banyak dibandingkan dengan konteks komunikasi lainnya.

2. 1.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat diartikan sebagai komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak ataupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar di banyak tempatnya, yang ditujukan kepada sejumlah orang dan bersifat heterogen.

Seperti yang diungkapkan oleh seorang ahli Jalaluddin Rakhmat (1994: 189), komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khlayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Seiring dengan perkembangan zaman media-media massa yang digunakan dalam tranmisi pesan pun semakin berkembang dan salah satunya adalah melalui jaringan komputer atau sering disebut internet, dan sebelum mengenal lebih jauh internet seseorang harus terlebih dahulu mengenal *Computer Mediated Communication (CMC)*.

2. 1. 2 Computer Mediated Communication

Sebelum menelaah lebih dalam mengenai *new media* atau media online kita harus mengetahui mengenai *Computer Mediated Communication*. Secara teknis, *Computer Mediated Communication (CMC)* seperti itu umumnya diketahui telah ada sejak komputer digital elektronik pertama diciptakan (beberapa waktu selama Perang Dunia II), atau setidaknya sejak pertukaran tercatat pertama prototipe email di awal tahun 1960. (Thurlow, 2004: 14)

Menurut Crispin Thurlow dkk. (2004: 29), sejak CMC pertama kali mulai membangun dirinya sebagai bidang studi, dan itu adalah konvergensi internet dan web. Saat ini, web adalah komponen yang paling penting dan paling dominan dari internet.

2. 1. 3 Definisi Computer Mediated Communication

Banyak sekali definisi mengenai *Computer Mediated Communication* menurut para ahli salah satunya . Menurut Susan Herring (1996: 1), CMC adalah komunikasi yang terjadi antara manusia melalui perangkat dari komputer. (Thurlow, 2004: 15)

Definisi lain diungkapkan oleh John Decker, yang mengatakan bahwa *Computer Communication Mediated* adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, yang melibatkan orang, terletak dalam konteks tertentu, terlibat dalam proses untuk membentuk media untuk berbagai tujuan. (Thurlow, 2004: 15)

Menurut Crispin Thurlow (2004: 31), dengan mengikuti semua petunjuk ini, teknologi internet yang cenderung menarik minat para ahli CMC adalah sebagai berikut:

- *emails, listeners and mailing lists*
- *newsgroups, bulletin boards, and blogs*
- *internet relay chat and instant messaging*
- *metaworlds and visual chat*
- *personal homepages and webcams*

Thurlow dkk (2004: 32) juga menyatakan jika Komunikasi di internet akan selalubanyak dipengaruhi oleh beberapa, atau semua, dari faktor-faktor kontekstual berikut:

- Jenis saluran (misalnya email atau halaman Web) dan modus komunikasi itu memungkinkan;
- Peserta (misalnya laki-laki atau perempuan, muda atau tua) dan jumlah peserta;
- *The length* (misalnya jangka panjang atau singkat) dan sifat hubungan masyarakat (misalnya pribadi atau profesional);
- Topik (misalnya nasihat medis atau kencan romantis) dan tujuan pertukaran (misalnya ilmiah, pribadi atau komersial);
- Interaksi sinkron (yaitu dalam waktu nyata) atau asinkron (yaitu tidak secara real time, dengan interaksi tertunda);
- Apakah itu pemerintah atau swasta (misalnya interpersonal, kelompok kecil, atau massa komunikasi) dan apakah itu moderator atau non-moderator (misalnya di bawah langsung atau tidak langsung pengawasan seseorang atau tidak);
- Apakah umum dari peserta adalah menuju komunikasi di internet (misalnya antusias atau skeptis, setengah hati atau komitmen) dan berapa lama mereka sudah telah melakukan CMC (misalnya mereka pendatang baru atau mereka benar-benar berpengalaman?).

Definisi yang terakhir adalah mengenai CMC dari Gerry Santoro, CMC dapat mencakup hampir semua komputer menggunakan termasuk seperti berbagai aplikasi sebagai program analisis statistik, *remote-sensing system*, dan pemodelan keuangan program, semua cocok dalam konsep komunikasi manusia. (Thurlow, 2004:15). Setelah memahami definisi dan paparan mengenai CMC adapun bagian dalam CMC yaitu Internet.

2. 1. 4 Definisi Internet

Internet sebenarnya berasal dari jaringan sebuah komputer Departemen Pertahanan AS yang diciptakan pada tahun 1960 yang pada saat itu disebut dengan ARPAnet. Itu merupakan sebuah singkatan dari *Advanced Research Project Agency Network*. Pada saat itu pentagon membangun itu sebagai alat bertukar informasi dengan kontraktor militer dan universitas yang melakukan riset militer. Dan pada tahun 1983, *National Science Foundation* (NSF), mengambil alih proyek ini. Kemudian jaringan NSF, menjadi konektor ribuan konektor jaringan lainnya. Untuk system backbone yang menghubungkan jaringan jaringan, dan Internet adalah nama yang tepat untuk semua itu. (Vivian, 2008:266)

Internet merupakan jaringan konektor yang menghubungkan orang orang pada dunia maya sebagai sarana bertukar informasi dan lainnya.

Internet merupakan sarana yang sangat mempunyai banyak manfaat yang cukup banyak pada era globalisasi selain memudahkan dalam berkomunikasi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut.

Menurut Kriyanto (2008:251), internet bisa dikatakan sebagai suatu media yang sangat besar manfaatnya, dengan banyaknya manfaat begitu banyak internet bisa disebut sebagai cyberspace komunikasi baru dari masyarakat dunia pada saat ini.

Internet masuk di Indonesia sudah sejak lama, namun perkembangannya mulai pesat dalam sepuluh tahun terakhir. Dengan banyaknya fitur yang menarik serta fasilitas-fasilitas yang memudahkan dalam memperoleh informasi, membuat perkembangannya terus berkembang setiap tahunnya. Tercatat pada tahun 2007 sudah sebanyak dua juta pengguna terdaftar, sedangkan user secara keseluruhan sekitar 25 juta *user*, dari jumlah penduduk Indonesia yang pada tahun itu mencapai 240 juta orang. Data tersebut berdasarkan dari asosiasi penyelenggara internet Indonesia (APJII). (Takariani,2006:56)

Dalam Internet sendiri terdapat berbagai akses dalam memperoleh sebuah informasi salah satunya menggunakan sebuah media online. Kriyanto (2008:253) menyebutkan ada beberapa karakteristik yang dimiliki internet, yaitu sebagai berikut:

1. Desentralisasi, diartikan pusat informasi tidak lagi pada pemasok komunikasi atau informasi.

2. Kemampuan tinggi, dalam artian tidak terjadi hambatan komunikasi disebabkan oleh pemancar sinyal karena lewat kabel dan satelit.
3. Timbal balik, dalam artian timbal balik dalam dunia internet langsung antara komunikasi dengan komunikator.
4. Kelenturan atau fleksibilitas, lebih menjelaskan kepada konten informasi.
5. Menyediakan fasilitas komunikasi impersonal dan personal

Dalam internet seseorang biasa berselancar untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Ketika berselancar seseorang akan menjumpai hal yang disebut dengan website.

2. 1. 5 Website

Website bisa diartikan dengan keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang terdapat sebuah informasi, dan biasanya website itu dibangun atas banyak halaman web yang saling berhubungan(Yuhefizar,2009:2)

Dewasa semakin berkembangnya kemajuan teknologi dan kemuktahiran alat digital hampir mengharuskan setiap perusahaan untuk mempunyai sebuah website untuk mengembangkan perusahaannya. Semua orang menjelajah dan berselancar mencari informasi di internet, dari mencari bahan kuliah, sekolah, pekerjaan, sampai dengan belanja pun dimudahkan dengan kehadiran internet dan website-websitenya.

Adapun kriteria website yang baik menurut Jacob Nielsen(1999), antara lain :

1. *Usability* dimana adanya pengalaman dari pengguna aplikasi atau situs web dalam memperoleh informasinya.
2. Sistem navigasi yang dapat menampilkan segala bentuk media, baik teks, gambar, sampai dengan animasi.
3. *Content*, dimana sebuah website yang menarik dan relevan dapat menunjang dan pantas untuk pengunjung website tersebut.
4. *Loading time*, pengunjung website akan terasa bosan ketika harus mengunjungi website dengan loading yang terlalu lama, dan cenderung akan lebih mencari alternatif website lainnya yang mempunyai informasi yang tidak terlalu berbeda dengan loading yang cepat.
5. *Interactivity*, buat situs web yang memungkinkan adanya interaksi dengan pengujung website.
6. *Graphic Design*, buat desain web dengan penampilan dari sisi layout, warna, sampai tipografi yang menarik dan sedap dipandang mata para pengunjung website.

Setelah mempelajari apa itu website dan juga karakteristiknya, didalam penggunaannya terdapat beberapa bentuk website. Sebut saja media online, yang merupakan akses dalam memperoleh sebuah informasi atau disebut juga *new media*.

2. 1. 6Media Online atau New Media

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian teori “media baru(*new media*)”, yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “*real time*”. (M.Romli,2012:31)

Media online mempunyai kekurangan dan kelebihan. Media *online* informasinya dapat diakses siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Tentu dengan syarat; ada sarananya, berupa perangkat komputer dan jaringan internet. Kelebihan lain, informasi yang disebarakan dapat di *update* setiap saat, bila perlu setiap detik. Lebih dari itu media *online* juga dilengkapi fasilitas pencarian berita dan pengarsipan berita yang dapat diakses dengan mudah. (Mondry,2008:22)

Menurut Mondry (2008:25), kelemahan media *online* terletak pada peralatan dan kemampuan penggunanya. Media *online* harus menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet yang hingga saat ini, belum seluruhnya wilayah di Indonesia memiliki jaringan internet, disamping diperlukan keahlian tertentu guna memanfaatkannya, dan mungkin juga belum banyak orang menguasainya.

Dengan kata lain *new media* atau media online merupakan sebuah media baru yang telah ada setelah dua generasi sebelumnya yaitu media cetak dan juga media elektronik. Dalam perkembangannya media online ini mempunyai

beberapa karakteristik tersendiri yang membuat sedikit berbeda dengan dua tipe media lainnya.

2.1.7 Karakteristik Media Online

Menurut M.Romli(2012:33), karakteristik media online dibandingkan dengan “media konvensional” (cetak/elektronik), antara lain :

1. Multimedia : dapat memuat atau menyajikan berita informasi dalam bentuk teks, audio, video, dan grafis secara bersamaan.
2. Aktualitas : berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
3. Cepat : begitu dipostin atau diupload, dapat langsung diakses semua orang
4. *Update* : pembaruan informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan dalam ketik / ejaan.
5. Kapasitas luas : halaman web bisa menampung naskah yang sangat panjang.
6. Fleksibilitas : pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja.
7. Luas : menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
8. Interaktif : dengan adanya fasilitas kolom komentar dan chat room.
9. Terdokumentasi : informasi tersimpan di “bank data”