

10. *Hyperlinked* : terhubung dengan sumber lain (link) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Setelah mempelajari karakteristik dari media online dan juga apa itu media online. Media online saat ini mempergunakan sarana media sosial dalam mengakses informasinya serta menyebarluaskan informasi mereka. Dimana dengan jejaring sosial mereka dapat mudah menjangkau pasar mereka.

2. 1. 8 Media Sosial atau Jejaring Sosial

Bisa dibilang media sosial telah menjadi bagian kehidupan dari seorang individu modern saat ini. Media sosial juga telah menjadi bagian tren saat ini. Silih berganti jenis-jenis jejaring sosial mewabah kepada seluruh masyarakat dunia.

Andrean Kaplan dan Michael Haenlain (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi web dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. (M.Romli,2012:104)

Kecepatan informasi di media sosial kini tampak sudah terlihat menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan beritanya. Salah satunya jejaring sosial yang berkembang sekarang ini adalah Twitter.

2.1. 9 Karakteristik Jejaring Sosial atau Media Sosial

Menurut Mayfield(2008:5) Adapun karakteristik dari jenis jenis media sosial yang ada, yaitu :

- *Participan* : dimana media sosial mendukung penuh kontribusi dan *feedback* dari setiap orang.
- *Openness* : Sebagian besar media sosial terbuka untuk *feedback* dan partisipasi. Hal ini memungkinkan dilakukannya voting, pemberian komentar, dan berbagi informasi. Jarang sekali ada halangan dalam mengakses dan membuat konten di dalam media sosial.
- *Conversation* : ketika media tradisional mengedepankan broadcast(transmisi atau distribusi pesan kepada audiens) media sosial justru melihat komunikasi sebagai percakapan dua arah.
- *Community* : media sosial memungkinkan komunitas untuk berkomunikasi secara cepat dan efektif. Komunitas juga dapat berbagi common interst, seperti kesukaannya terhadap fotografi, politik, dan TV *show*.
- *Connectedness* : Sebagian besar media sosial memungkinkan penggunaanya untuk terhubung dengan siapapun—*sites, resources, people*.

Setelah mengetahui karakteristik dari media sosial ataupun kita sebut sebagai jejaring sosial. Adapun salah satu Jejaring sosial yang kini menjadi trend adalah Twitter.

2.1.10 Twitter

Twitter merupakan situs layanan *microblogging*, yang penggunaannya dapat mengirim dan membaca status terbaru dari seseorang. Twitter disebut sebagai *microblogging* karena *update*(tweet) dibatasi hanya sampai 140 karakter. Sedikitnya jumlah karakter tersebut, juga bisa membuat Twitter disebut sebagai jurnal pribadi dalam ukuran kecil atau mikro. (Sanjaya,2009:1)

Twitter sebenarnya didirikan sejak Maret 2006, namun baru dapat diluncurkan pada bulan Juli, oleh Jack Dorsey, Biz Stone, dan Evan Williams (Yohan, 2010: 1). Berkembang menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan, setelah google+ dan juga Facebook. Dalam penggunaan Twitter, *users* bisa menjadi *followers* atau *followed*.

Status terbaru dalam atau posting didalam Twitter disebut dengan Tweets. Masih ada istilah lainnya yang ada dalam dunia Twitter, seperti RT merupakan singkatan dari Retweet atau mengulang tweet seseorang, kemudian ada #(diikuti dengan kata) yang disebut dengan *hashtag* dan *Timeline* merupakan sebuah tempat atau wadah untuk masuknya tweets-tweets yang masuk dari orang-orang telah kita *follow*. Berikut beberapa detail mengenai konten-konten yang ada pada jejaring sosial Twitter (www.support.twitter.com: 20 November 2013, 16.00 WIB) :

- *Timeline* : Merupakan sebuah aliran panjang mengenai tweet-tweet dari pengguna twitter itu *follow*.
- *Following* : Dimana ketika users twitter mem-*'follow'* users twitter lainnya dengan berarti, users tersebut bersedia untuk menampilkan tweets dari users yang mereka *follow* dan memberikan akses untuk

orang yang mereka *follow* untuk mengirimkan personal pesan atau *direct message*.

- *Follower* : kebalikkannya dari *Following*, *Followers* adalah pengguna lain yang ingin memberikan akses kepada tweets kita untuk masuk kedalam timelinenya.
- *Mentions* : bisa diartikan sebagai setiap update Twitter yang berisi "@username" dan juga balasan dari percakapan agar sesama pengguna bisa langsung menandai orang yang akan diajak.
- *Hashtag(#)* : Simbol #, disebut hashtag, digunakan untuk menandai kata kunci atau topik di Tweet. Hashtag dibuat secara organis oleh pengguna Twitter sebagai cara untuk menggolongkan pesan.
- *Trend on Twitter/Trending Topics* : Trend ditentukan secara algoritma dan secara *default*, yang dirancang untuk pengguna Twitter berdasarkan pada siapa *users* itu dan lokasi *users* twitter itu sendiri dan juga membantu pengguna Twitter dalam mencari topik terpanas dan banyak dibicarakan oleh pengguna Twitter lainnya.
- *Re-Tweet* : *ReTweet*, sesuai namanya, yaitu melakukan ulangan/mengulang suatu Tweet orang lain. Fitur Twitter *Retweet* membantu *Users* satu dengan *users* lainnya dengan agar cepat berbagi Tweet dengan semua *Followers*.

Twitter bisa dibilang sebagai jejaring sosial, lantaran Twitter dapat mencari dan juga memiliki teman dengan sebanyak-banyaknya, sehingga dapat

saling tukar informasi dan juga memberikan komentar atas status tweets. (Sanjaya,2009:1)

Tidak seperti kebanyakan jejaring sosial lainnya seperti , Facebook, Friendster atau juga Myspace hubungan yang terjalin antar pengguna harus melalui permintaan pertemanan atau sering disebut *friend request*.

2.1.11 Publik atau Khalayak

Publik atau Khalayak bisa disebut dengan istilah penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, *audience*, *decorder* atau komunikan. Publik atau Khalayak adalah salah satu aktor dari proses komunikasi karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil atau tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak.

Khalayak atau Publik dalam studi ilmu komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat. Menjadi tugas seorang komunikator untuk mengetahui siapa yang menjadi khalayaknya sebelum proses komunikasi berlangsung.

Menurut McQuail(2011: 32), publik atau Khalayak juga bisa diartikan adalah sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, ataupun pemirsa berbagai media antar komponen.

Dari berbagai jenis definisi yang di atas dapat disimpulkan bahwa publik atau khalayak merupakan sebuah kumpulan individu, atau masyarakat dan juga bisa dibidang sebagai sasaran atau penerima pesan dari berbagai media.

2.1.12 Respon

Dalam sebuah komunikasi komunikan akan melakukan feedback setelah mendapatkan stimulus yang diberikan oleh komunikator, dan bentuk awal dari tanggapan dari seorang komunikan bisa disebut dengan respon. Respon adalah reaksi komunikan sebagai dampak dari pesan yang disampaikan oleh komunikator baik secara langsung ataupun secara tidak langsung.

Sedangkan menurut Pavlov dalam buku Laura A. King(2011:176), ada dua jenis respon yaitu :

1. *Unconditioned Respon* (UCR) adalah respon asli atau bawaan yang datang dari stimulus bawaan atau wajar tanpa dipelajari sebelumnya oleh organisme atau bisa dikatakan sebagai tindakan yang merupakan naluri alamiah organisme sebagai bentuk respon terhadap sesuatu.
2. *Conditioned Respon* (CR) adalah bentuk respon yang datang dari stimulus yang terkondisi yang sama persis dengan respon aslinya.

Sedangkan menurut Notoatmodjo(2007), dilihat dari bentuk respon terhadap stimulus ini, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua:

1. Perilaku tertutup (*covert behavior*) adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (*covert*). Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan, kesadaran, dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut, dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.
2. Perilaku terbuka (*overt behavior*) Respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus

tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktek, yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat oleh orang lain.

2.2 Model Shannon dan Weaver

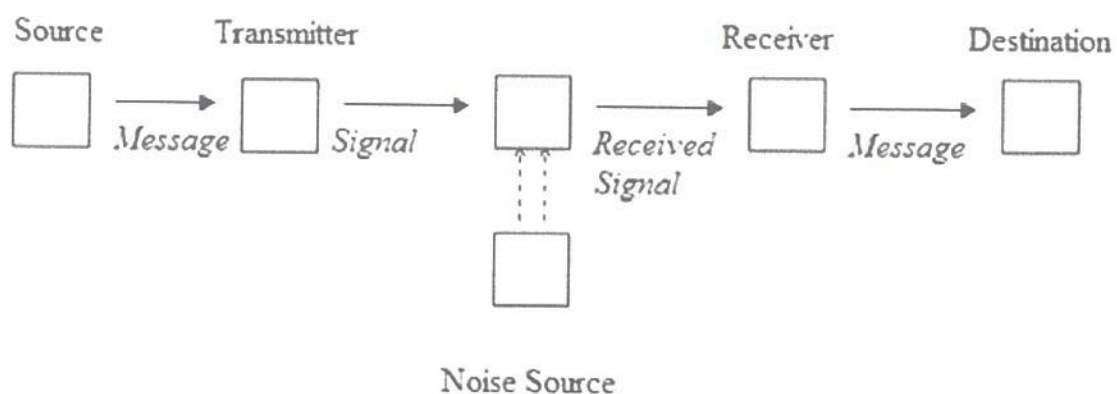
Menurut Severin dan Tankard yang mengutip Shannon dan Weaver mengungkapkan bahwa informasi adalah energi yang terpolakan, yang mempengaruhi individu dalam mengambil keputusan dan kemungkinan pilihan-pilihan yang ada (Wiryanto, 2004: 16) .

Model ini melukiskan suatu sumber yang menciptakan pesan, dimana pesan dan menyampaikannya melalui sebuah saluran kepada seorang penerima pesan yang akan menciptakan ulang pesan yang telah disampaikan oleh sumber tersebut.(Deddy Mulyana: 2005: 138).

Setelah penjelasan mengenai definisi dari model Shannon dan Weaver, adapun asumsi serta elemen penting yang ada model ini.

3.2.1 Asumsi model Shannon dan Weaver

Adapun komponen-komponen dari model Shannon Weaver ini yang seringdisebut juga, *Mathematical Theory of Coummunication*, yaitu : *Information source, Message, Transmitter, Signal, Noise source, Signal receiver, Receiver, Message, dan Destination*. (Pengembang, 2007: 183)



Gambar 2.1 Model Shannon dan Weaver(Deddy Mulyana, 2005:138)

Model Shannon and Weaver mengansumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan sebuah pesan atau informasi untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan. Pemancar(*transmitter*) mengubah pesan menjadi suatu sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran(*channel*) adalah medium yang mengirimkan sinyal (tanda) dari transmitter ke penerima (*receiver*). Dalam pertukaran informasi, sumber informasi ini adalah otak, transmitter-nya adalah sebuah mekanisme sebuah pesan yang menghasilkan sinyal, yang ditransmisikan melalui medium. Penerima, yakni mekanisme melakukan operasi sebaliknya yang dilakukan transmitter dengan merekonstruksi pesan dari sinyal. Sasaran(*destination*) adalah (otak) orang yang menjadi tujuan pesan ataupun informasi tersebut..(Deddy Mulyana: 2005: 138)

Menurut Deddy Mulyana(2005: 138), konsep penting yang ada dalam model Shannon Weaver adalah gangguan(*noise*), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan ataupun sebuah informasi yang ingin disampaikan. Menurut Shannon dan Weaver, gangguan ini selalu ada dalam saluran bersama pesan tersebut yang diterima oleh penerima.

Ada empat jenis gangguan dalam sebuah komunikasi. Pertama, gangguan semantik, pengaruh linguistik pada penerimaan pesan. Kemudian, gangguan fisik pengaruh dari tubuh dalam penerimaan pesan. Ketiga, gangguan psikologis, pengaruh kognitif dalam penerimaan pesan. Terakhir, gangguan fisiologis,

adanya pengaruh biologis dalam penerimaan pesan. Serta gangguan distorsi, dimana gangguan ini terjadi kepada saluran(*channel*) dalam penyampaian pesan, dimana hal ini tidak sengaja dilakukan oleh pihak pengirim pesan. (Turner, 2008: 12). Model Shannon dan Weaver dapat diterapkan kepada konteks-konteks komunikasi seperti komunikasi publik atau komunikasi massa.(Deddy Mulyana: 2005: 139).

2.3 Kerangka Pemikiran

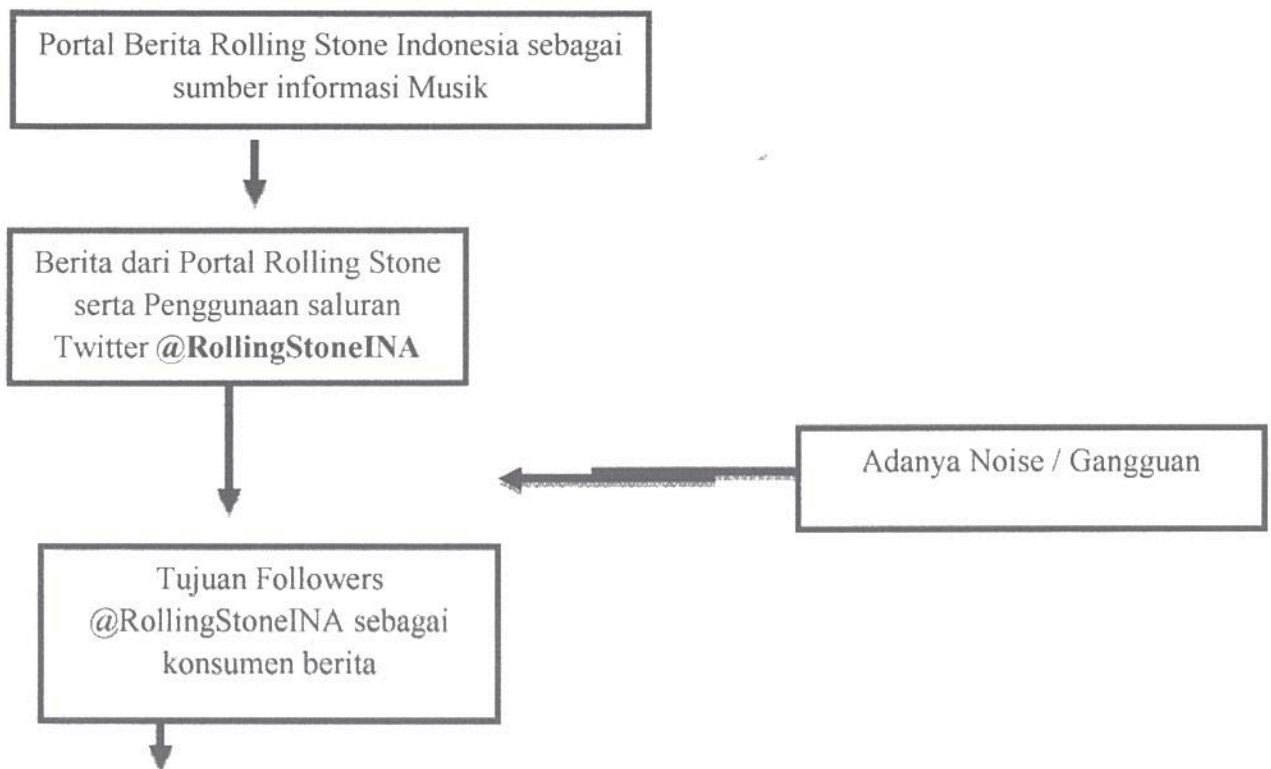
Dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk menunjukkan bahwa yang menjadi masalah utama adalah bagaimana jejaring sosial Twitter mengubah respon publik, bukan bagaimana media itu dapat berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan publik. Seperti yang sudah dijelaskan pada Latar Belakang Masalah pada Bab 1, Twitter sendiri bisa disebut sebagai *microblogging* lantaran jumlah karakter pengiriman pesan yang dibatasi hanya dengan 140 karakter, dan juga merupakan salah satu jejaring sosial yang saat ini berkembang pesat, dengan berisikan informasi-informasi yang terdapat pada istilah Timeline dalam Twitter.

Model yang digunakan adalah Shannon dan Weaver, dimana sumber informasi yang ada pada kasus ini adalah portal berita Rolling Stone Indonesia, dimana dalam menghasilkan berita melalui sebuah proses pemilahan berita tersebut yang akan diteruskan melalui jejaring sosial Twitternya @RollingStoneINA. Jejaring sosial Twitter @RollingStoneINA bisa menjadi saluran yang digunakan ataupun sumber informasi bagi *followers*nya.

Dalam model Shannon dan Weaver juga dijelaskan adanya sebuah *noise* yang dapat mengganggu efektif sebuah pesan ataupun informasi. Noise merupakan elemen penting yang ada pada model Shannon dan Weaver ini. Dimana noise bisa terjadi pada saluran yang digunakan ataupun dari elemen lainnya.

Dalam kasus ini tujuan dari pesan atau *message* tersebut adalah *followers* @RollingStoneINA, selaku konsumen terhadap berita yang telah dilemparkan oleh portal berita Rolling Stone Indonesia. Efek dari interaksi yang diberikan followers @RollingStoneINA terhadap berita ataupun informasi yang diberikan bisa berupa ReTweet ataupun *Reply*. Secara skematis, maka dapat digambarkan pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran



Donna Riyani (2010)	Penggunaan Situs Jejaring Sosial Twitter dikalangan New Influence(Suatu Telaah Kritis Atas Model Proses Komunikasi Shannon dan Model Fungsional Ruesch dan Bateson)	Universitas Indonesia	Kualitatif	Difusi Inovasi	Melalui telaah atas komunikasi yang dilakukan oleh <i>new influencers</i> pada situs jejaring sosial Twitter, penulis menemukan bahwa model komunikasi yang ada saat ini tidak lagi merepresentasikan gambaran proses <i>computer mediated communication</i> tersebut, khususnya situs jejaring sosial secara utuh. Sehingga penulis melakukan modifikasi melalui elaborasi antara model proses komunikasi Shannon dan model komunikasi fungsional Ruesch dan Bateson.	<p>Persamaan : Objek Penelitian yang dibahas adalah Jejaring Twitter, dan juga metode yang digunakan adalah kualitatif</p> <p>Perbedaan : Penggunaan teori yang digunakan</p>
Karitka Nurmalita Cita M. (2010)	Pengumpulan Koin keadilan Prita: Studi tentang konstruksi solitaritas sosial dalam jejaring sosial Maya	Universitas Indonesia	Kualitatif	Depri-vasi Relatif	Adanya gerakan koin keadilan ini terdapat dua faktor yaitu faktor internal(berasal dari dalam masalah itu sendiri yaitu anggapan atau persepsi masyarakat) maupun faktor eksternal (berasal dari struktur peluang yang diluar dari kasus tersebut)	<p>Persamaan : Metode yang digunakan adalah kualitatif.</p> <p>Perbedaan: Jejaring Sosial yang diteliti Penggunaan Teori yang digunakan</p>

Bintang Citra Permata (2010)	Analisis Peran Jejaring Sosial dalam Menjaring Respon Publik (Studi Kasus Fanpage dua ratus juta koin untuk Prita dan group Sejuta Facebookers Dukung Chandra Bibit)	Universitas Indonesia	Kualitatif	S-O-R	Adanya perbedaan respon yang terjadi disebabkan oleh stimulus yang didapat masing masing anggota berbeda.	Persamaan : Penggunaan juga metode yang digunakan adalah kualitatif. Perbedaan : Jejaring Sosial yang diteliti, serta teori yang digunakan.
Aini Azizah (2013)	Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Online Menggunakan Jejaring Sosial Twitter(Studi Deskriptif pada online shop “pesandvd”	Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	Kualitatif	Teori Ke-intiman	Strategi yang digunakan oleh online shop “pesandvd” melalui jejaring sosial Twitter adalah dengan membangun keakraban dan keintiman dengan konsumen	Persamaan : Metode yang digunakan sama kualitatif, dan objek yang diteliti jejaring sosial Twitter. Perbedaan : Teori yang digunakan.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi

Metode penelitian yang digunakan peneliti yaitu studi kasus. Studi kasus ini dilakukan pada jejaring sosial Twitter yang digunakan oleh Rolling Stone Indonesia, dimana berita yang mereka hasilkan dapat memengaruhi respon publik. Contoh kasus saat berita mengenai Anugerah Musik Indonesia(AMI) Awards yang mereka publikasikan melalui jejaring sosial mereka, @RollingStoneINA. Disanapihak Rolling Stone Indonesia *me-review* garis umum yang terjadi saat acara berlangsung terjadi beberapa kesalahan mengenai keteledoran yang dilakukan oleh pihak AMI Awards, sehingga banyak tanggapan dan respon yang diberikan oleh *followers* @RollingStoneINA terhadap kasus ini.

Penelitian ini menggunakan studi kasus, dimana studi kasus berupaya mencari kebenaran ilmiah dengan cara mempelajari lebih mendalam sebuah kasus. Lebih lanjut Creswell mengemukakan beberapa karakteristik dari suatu studi kasus yaitu : (1) mengidentifikasi “kasus” untuk suatu studi; (2) Kasus tersebut merupakan sebuah “sistem yang terikat” oleh waktu dan tempat; (3) Studi kasus menggunakan berbagai sumber informasi dalam pengumpulan datanya untuk memberikan gambaran secara terinci dan mendalam tentang respon dari suatu peristiwa dan (4) Menggunakan pendekatan studi kasus, peneliti akan “menghabiskan waktu” dalam menggambarkan konteks atau setting untuk suatu kasus. (Creswell,1998:36-37)

Kesimpulan dalam studi kasus diambil melalui ketajaman peneliti mengamati proses penetrasi yang terjadi di dalamnya sesuai dengan kenyataannya berdasarkan judul yang diambil oleh peneliti.



Adapun empat desain atau jenis pada metode studi kasus, yang terlihat pada gambar di atas. Dari keempat desain tersebut peneliti memilih nomor dua dalam penelitiannya, dengan alasan bahwa kasus yang akan diteliti oleh peneliti bersifat tunggal dan peneliti juga ingin mengetahui hubungan secara komprehensif dan detail dari kasus mengenai penggunaan jejaring sosial Twitter oleh pihak Majalah Rolling Stone Indonesia dalam membentuk respon publik. Kasus yang akan dianalisis adalah mengenai bagaimana bentuk penggunaan jejaring sosial yang baik dan benar dalam membentuk respon publik.

Selain menggunakan metode studi kasus, adapun paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah, interpretif dimana paradigma ini menciptakan pemahaman mengenai proses dimana komunikasi berfungsi dalam interaksi inter-subjektif. Selain itu, paradigma ini sering mengemukakan bahwa proses konstruksi sosial dan interaksi ini bisa dibicarakan melewati batas-batas

situasional.(Elvinaro, 2007:141). Adapun prinsip dari paradigma ini, yaitu [1] Pengalaman subjektif, [2] kreasi intersubjektif, [3] pemahaman sebagai tujuan akhir dalam riset sosial, dan [4] ketidakterpisahan antara “yang tahu” dan “yang diketahui”.(Elvinaro, 2007: 137).

Dengan mengurangi jarak mengurangi jarak antara subjek yang mengetahui(*the knower*) dan objek pengetahuan(*the known*), dan temuan yang dihasilkan penelitian adalah sesuatu yang timbul dari interaksi peneliti dengan komunitas. Hal ini juga membutuhkan diri dimana peneliti menceburkan dirinya ke dalam setting sosial, menggabungkan interview dan observasi dengan pengalaman pribadi dirinya. (Elvinaro, 2007 : 139)

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah, sumber data primer, teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi , wawancara mendalam, dan dokumentasi.

3.2.1 Observasi

Observasi bisa dikatakan sebagai sebuah dasar dalam memperoleh sebuah ilmu pengetahuan. Para ilmuwan terdahulu bekerja melalui data yang ada, data tersebut didapatkan dari sebuah observasi. Adapun observasi menurut Kriyanto, sebagai sebuah kegiatan mengamati suatu objek secara langsung objek penelitian

untuk dapat mengetahui bagaimana kegiatan dan kerja dari objek penelitian tersebut. Sanafiah Faisal(1990) mengklasifikasikan Observasi menjadi tiga jenis, yakni observasi partisipan , observasi non partisipan, dan juga observasi tak terstruktur. (Sugiyono,2012:226)

Observasi partisipan peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari objek yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian, sedangkan observasi non-partisipan peneliti tidak terlibat langsung dalam permasalahan atau kegiatan dari objek penelitian, peneliti berada diluar kegiatan dari objek penelitian, dan hanya mengamati secara independen. Sedangkan untuk observasi tak tersruktur merupakan observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang diobservasi.

Adapun observasi yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui penggunaan jejaring sosial twitter oleh @RollingStoneINA dalam membentuk respon publik, adalah observasi non-partisipan, untuk dapat melihat dengan saksama objek penelitan dari luar. Selain itu, dengan melakukan observasi peneliti mampu memperoleh data-data berdasarkan apa yang diamatinya dan dengan itu menghasilkan data-data yang nyata mengenai penggunaan jejaring sosial Twitter oleh @RollingStoneINA.

3.2.2 Wawancara Mendalam

Wawancara, metode ini mendalam dan bersifat terbuka, yakni jawaban yangdikehendaki bersifat terbuka dan tidak terbatas. Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung

tatap muka dengan informan. Sugiyono(2012: 231) mendefinisikan wawancara dengan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi melalui ide tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam topik yang telah ditentukan. Wawancara pun dibagi menjadi tiga jenis, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semistruktur, dan juga wawancara tak terstruktur

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semistruktur dimana dalam kategori ini peneliti lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan juga ide-idenya.(Sugiyono, 2012:233)

3.2.3 Dokumentasi

Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel/dapat dipercaya, jika ditambah dengan sejarah ataupun dokumentasi dari objek penelitian. Dokumen tersebut bisa dalam bentuk catatan peristiwa yang sudah berlalu, foto, gambar, tulisan dan hal-hal lainnya yang dapat membantu dalam melengkapi data yang dibutuhkan peneliti.

Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seperti foto, surat-surat, data-data yang berkaitan mengenai penggunaan jejaring sosial Twitter oleh Majalah Rolling Stone Indonesia dalam membentuk respon. Dokumentasi didapatkan sebelum penelitian dan selama penelitian berlangsung di saat melakukan penelitian kepada Majalah Rolling Stone Indonesia dalam mengaplikasikan Twitternya untuk membentuk respon publik.

3.3 Informan Penelitian

Penentuan sumber data atau informan pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, yang dimana untuk memenuhi dalam peneliti dalam memenuhi datanya.

Adapun kriteria dalam menentukan seseorang informan ataupun sumber data, sebagai berikut :

1. Informan atau sumber data harus menguasai atau memahami, mengenai penggunaan jejaring sosial Twitter yang dilakukan oleh Majalah Rolling Stone Indonesia untuk membentuk respons publik.
2. Informan atau sumber data tergolong masih berkecimpung dan berpengalaman dalam penggunaan jejaring sosial Twitter oleh Majalah Rolling Stone Indonesia dalam membentuk respons publik.
3. Informan mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi mengenai penggunaan jejaring sosial Twitter oleh Majalah Rolling Stone Indonesia dalam membentuk respon publik.
4. Informan dan sumber data dipercaya dapat memberikan data yang dibutuhkan oleh peneliti.

Berdasarkan kriteria di atas, maka peneliti telah memilih beberapa *key* informan ataupun narasumber untuk memenuhi dan melengkapi data yang dibutuhkan oleh peneliti. Berikut *key* informan atau narasumber :

1. Wendi Putranto, selaku Editor pada Majalah Rolling Stone Indonesia.

2. Beberapa User twitter yang merupakan follower dari @RollingStoneINA

Pemilihan narasumber ataupun *key* informan di atas berdasarkan atas kredibilitas yang mereka miliki serta pengetahuannya mengenai Jejaring Sosial Twitter dan penggunaannya yang dilakukan oleh Majalah Rolling Stone Indonesia dalam membentuk respons publik.

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif merupakan proses sistematis yang berlangsung terus menerus bersamaan dengan teknik pengumpulan data. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah di lapangan. Menurut Nasution (1998), Analisis data telah mulai sejak peneliti telah merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai dengan penulisan penelitian. Bisa dibayangkan analisis data merupakan pegangan bagi penelitian selanjutnya. (Sugiyono,2012:245)

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan analisis model Miles dan Huberman. Dimana model ini mengungkapkan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. (Sugiyono,2012:246) Dalam analisis data model ini melakukan beberapa aktivitas, seperti reduksi data, penyajian data dan verification.